

УДК 334.7
ББК 65.291
Э 40

Авторы: Т. Н. Сыроед, канд. экон. наук, профессор (темы 3, 10, 11);
А. З. Коробкин, канд. экон. наук, доцент (введение, темы 2, 4, 9,
11–13);
Н. А. Сныткова, канд. экон. наук, доцент (темы 3, 6, 8);
Е. Е. Шишкова, канд. экон. наук, доцент (темы 1, 5, 7)

Рецензенты: И. В. Яцевич, генеральный директор ГКОРУП «Облторгсоюз»;
С. Н. Лебедева, д-р экон. наук, профессор, ректор
Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации

Рекомендован к изданию научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 2 от 9 октября 2012 г.

Э 40 **Экономика** организации отрасли : курс лекций для реализации содержания образовательных программ высшего образования I ступени и переподготовки руководящих работников и специалистов / Т. Н. Сыроед [и др.] ; под общ. ред. А. З. Коробкина. – 2-е изд., испр. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2014. – 292 с.
ISBN 978-985-540-118-7

Первое издание вышло в 2013 г. Курс лекций предназначен для лиц, осваивающих образовательные программы переподготовки руководящих работников и специалистов по специальностям «Маркетинг», «Управление персоналом», «Экономика и управление на предприятии промышленности», «Современный иностранный язык (экономическая деятельность)», «Правоведение», «Финансы», «Логистика», «Бухгалтерский учет и контроль в банках», «Бухгалтерский учет и контроль в промышленности», студентов специальностей «Маркетинг» (специализации «Рекламная деятельность»), «Экономика и управление на предприятии» (специализаций «Экономика и управление на предприятии потребительской кооперации», «Экономика и управление на предприятии торговли»), «Менеджмент», «Мировая экономика», «Коммерческая деятельность», «Товароведение и торговое предпринимательство», а также руководителей и специалистов торговых организаций.

УДК 334.7
ББК 65.291

ISBN 978-985-540-118-7

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2014

ВВЕДЕНИЕ

В связи с развитием рыночных отношений в сферах деятельности субъектов хозяйствования существенно возрастают требования к экономическим знаниям молодых специалистов – будущих руководителей и специалистов органов государственного управления и организаций, которые должны обладать новым типом экономического мышления и уметь принимать самостоятельные эффективные решения на основе анализа и оценки текущей и перспективной экономической ситуации.

Экономика организации отрасли как наука изучает объективные и частные закономерности экономического состояния и развития организации конкретной отрасли, формы проявления и использования экономических законов в деятельности субъектов хозяйствования, частных закономерностей их развития, путей и способов эффективной реализации необходимых потребителям товаров и услуг.

Например, закон стоимости в организации действует через такие экономические рычаги, как цена и себестоимость, прибыль и рентабельность, заработная плата и материальное стимулирование, коммерческий расчет и др.

Теоретической и методологической базами экономики организации отрасли как науки и учебной дисциплины являются экономическая теория, которая изучает общественное производство в целом, формы проявления и механизм действия экономических законов в условиях рыночной экономики.

В соответствии с отраслевой спецификой университета дисциплина «Экономика организации отрасли» представляет собой научную экономическую дисциплину, которая исследует процессы и явления в состоянии и развитии организаций торговли.

Цель изучения дисциплины – усвоение слушателями и студентами теоретических основ экономики организаций торговли, а также приобретение практических навыков анализа и планирования ее объемов деятельности, экономических ресурсов и финансовых результатов.

К задачам дисциплины «Экономика организации отрасли» можно отнести:

- изучение экономического механизма функционирования организации торговли;
- освоение методики планово-экономических расчетов;
- приобретение навыков оценки экономической эффективности инвестиционных проектов и деятельности организации в целом;
- изучение способов повышения конкурентоспособности организации;

- умение выбирать правильную экономическую стратегию и тактику поведения организации в постоянно изменяющейся рыночной среде, самостоятельно принимать решения, затрагивающие различные аспекты финансово-хозяйственной деятельности организации.

Дисциплина является самостоятельной и выделяет свою специфику через *предмет и метод*. Предмет выражает отраслевой аспект дисциплины (торговля), кроме этого, выражается как прикладная наука, так как рассматривает только некоторые процессы и явления, которые непосредственно связаны с деятельностью организации на рынке.

Таким образом, предметом дисциплины являются экономические отношения, преобразованные в конкретные виды хозяйственной деятельности, возникающие в рамках функционирования торговой организации на рынке. Экономика организации отрасли изучает механизм действующих экономических законов по отношению к организации, проблемы удовлетворения спроса населения, возможности баланса между спросом и предложениям на рынке.

Метод дисциплины представляет собой систему общенаучных способов исследования явлений и процессов, протекающих в торговле. Основными из них являются диалектический и исторический материализм. Это означает, что все изучаемые явления и процессы в экономике конкретной организации рассматриваются в тесной взаимосвязи, логической и исторической обусловленности. Экономика организации широко использует методы программного, целевого системного и комплексного подхода к изучению процессов и явлений.

Важным методом является количественный и качественный анализ деятельности организации и прогноз на этой основе отдельных показателей работы организации.

В экономике организации широкое применение получили такие статистические методы, как средние, относительные и абсолютные величины, сравнение, сводка, группировка, а также индексный метод. В настоящее время при прогнозировании большое значения приобретает экономико-математическое моделирование.

Место дисциплины в системе экономических наук. В условиях инновационной экономики и рыночной конкуренции существенно возрастает роль не только общеэкономических знаний, но и специальных знаний в области экономического анализа и прогнозирования показателей хозяйственной деятельности организации, ее ресурсных возможностей, доходов и расходов, составления и обоснования бизнес-плана, экономических решений, оценке рисков. Поэтому экономика органи-

зации является одной из профилирующих специальных дисциплин для студентов и слушателей экономических специальностей.

Данная дисциплина связана с рядом других дисциплин, которые подразделяются на два блока – общеэкономические и специальные.

Общеэкономические дисциплины изучают законы функционирования рынка в мировой и национальной экономиках. К ним относятся экономическая теория, национальная экономика Республики Беларусь, микроэкономика, макроэкономика, мировая экономика, а также статистика, которые являются основой для изучения экономики организации.

Специальные дисциплины взаимосвязаны с изучением экономики организации. К ним относятся финансы и финансовый рынок, коммерческая деятельность, основы менеджмента, маркетинг, бухгалтерский учет.

Библиография дисциплины. Библиография дисциплины представляет собой перечень литературных источников для изучения данной дисциплины. Библиография подразделяется на два блока:

1. Нормативно-правовая документация.
2. Учебно-методическая литература.

Нормативно-правовая документация представляет собой законодательные акты Республики Беларусь, касающиеся регулирования деятельности организации по вопросам собственности, ценообразования, налогообложения, кредитного регулирования, оплаты труда. Это указы и декреты Президента Республики Беларусь, постановления Совета Министров Республики Беларусь, приказы и постановления министерств и ведомств (Министерства экономики, Министерства финансов, Министерства труда и социальной защиты населения, Министерства торговли Республики Беларусь, Национального статистического комитета Республики Беларусь, Белкоопсоюза).

К учебно-методической литературе относятся учебники, учебные пособия, практикумы, тексты лекций по вопросам изучения экономики торговых организаций.

Предложенный курс лекций может быть использован слушателями, осваивающими образовательные программы переподготовки руководящих работников и специалистов по специальностям «Маркетинг», «Управление персоналом», «Экономика и управление на предприятии промышленности», «Современный иностранный язык (экономическая деятельность)», «Правоведение», «Финансы», «Логистика», «Бухгалтерский учет и контроль в банках», «Бухгалтерский учет и контроль в промышленности», студентами I ступени высшего образования специальностей «Маркетинг» (специализации «Рекламная деятельность»), «Экономика и управление на предприятии» (специализаций «Экономика и управление на предприятии потребительской кооперации», «Экономика и управление на предприятии торговли»), «Менеджмент»,

«Коммерческая деятельность», «Товароведение и экспертиза товаров», а также руководителями и специалистами торговых организаций.

Тема 1. ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ЕЕ ВНЕШНЯЯ СРЕДА

1.1. Торговля как вид предпринимательской деятельности, ее сущность и роль в экономике

Внутренняя торговля – это отрасль национальной экономики, особый вид хозяйственной деятельности.

Торговлю как отрасль следует рассматривать в двух аспектах – экономическом и организационном.

Как *экономическая категория* торговля выражает систему экономических отношений, складывающихся в процессе обмена товаров.

С позиции *организационного аспекта* торговля представляет собой самостоятельную отрасль экономики страны, которая имеет свою материально-техническую базу, обеспечивающую хранение, транспортировку и продажу товаров народного потребления.

Внутренняя торговля выступает как составная часть потребительского рынка и как активный его участник, организатор рыночных отношений.

Объектом торговли, полем ее деятельности, являются товарообмен, купля-продажа товаров, обслуживание покупателей в процессе продажи товаров, а также в отдельных случаях оказание содействия в послепродажной эксплуатации.

Внутренняя торговля представляет собой одну из важных сфер жизнеобеспечения населения. При ее участии осуществляется рыночное согласование товарного предложения и покупательского спроса.

Торговля – источник поступления текущих денежных средств, а также обеспечение финансовой стабильности государства.

Именно в торговой сфере началось возрождение предпринимательства, формирование свободной хозяйственной инициативы, разгосударствление и приватизация, развитие конкуренции.

Классификация торговой деятельности представлена на рисунке 1.

К внутренней торговле относят оптовую и розничную торговлю, а также общественное питание.

Оптовая торговля – вид торговли, осуществляемой в целях последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним потреблением и иным подобным использованием.

Организации оптовой торговли специализируются на коммерческом посредничестве в установлении хозяйственных связей между организациями-производителями товаров и розничными торговыми

организациями, а также по закупке товаров со складов и оказанию сопутствующих услуг.

КЛАССИФИКАЦИЯ ТОРГОВЛИ	По пространственному признаку	Внешняя
		Внутренняя
	По характеру и назначению деятельности	Оптовая
		Розничная
		Общественное питание
	По хозяйственно-правовому признаку	Государственная (республиканская, коммунальная)
		Квазигосударственная (торговля потребительской кооперации)
		Частная (индивидуальные предприниматели, организации)

Рисунок 1 – Классификация торговой деятельности

К основным задачам оптовой торговли можно отнести следующее:

- поиск поставщиков товаров для розничных организаций;
- закупка товаров у производителей, их доставка и хранение;
- формирование торгового ассортимента в соответствии с требованиями розничных организаций;
- обеспечение организациями-производителями сбыта их товаров;
- маркетинговые исследования;
- информационное обслуживание.

Оптовые организации классифицируются следующим образом:

- по масштабу и характеру деятельности на республиканские, областные, районные и т. д.;
- по товарной специализации на специализированные и универсальные;
- по месту и роли в оптовой торговле на оптовую торговлю и оптовых посредников.

Розничная торговля – вид торговли товарами, предназначенными для личного, семейного, домашнего потребления и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Основными задачами розничной торговли являются:

- удовлетворение спроса населения как по ассортименту, так и по качеству товаров;
- организация соответствующего уровня обслуживания населения с представлением различных услуг;

- изучение спроса населения и обоснование заказов на производство товаров.

Организации розничной торговли подразделяются по следующим признакам:

- по масштабу деятельности на малые, средние и крупные организации;

- по товарной специализации на узкоспециализированные, специализированные, универсальные;

- по методу обслуживания на самообслуживание, обслуживание через прилавки, по почте;

- по группам обслуживаемых потребителей с учетом их возможностей приобретения товаров («ветеран», комиссионный, фирменный).

Общественное питание – вид торговли, включающий производство, переработку, реализацию, организацию потребления продуктов питания с оказанием либо без оказания сопутствующих услуг населению.

Общественное питание осуществляется через торговые объекты, которые подразделяются на следующие типы: столовая, ресторан, кафе, бар, кафетерий и т. п. Данные объекты имеют несколько наценочных категорий – люкс, высшая, первая, вторая, третья, либо не имеют наценочных категорий.

Сущность торговли выражается в выполняемых ею функциях:

1. Доведение товаров от производителей до потребителей (реализация произведенных продуктов (товаров) как общественных потребительных стоимостей).

Для выполнения данной функции торговля осуществляет хранение товарных запасов, комплектуется ассортиментом товаров, производит дополнительную доработку (сортирует, фасует, упаковывает товары и т. д.).

Таким образом, торговля завершает процесс производства в сфере торгового обращения. Затраченный при этом труд носит производительный характер.

2. Реализация произведенных товаров как общественно потребительских стоимостей. Данная функция связана со сменой форм стоимости.

Реализация этой функции является обязательным условием воспроизводства материальных благ.

Осуществляя данную функцию торговля обеспечивает возмещение затрат на производство продукции и получение прибыли.

Обе функции торговли связаны между собой и выполняются одновременно.

3. Социальная функция является весьма актуальной в современных условиях хозяйствования.

В настоящее время на рынке потребительских товаров функционирует большое число торговых организаций различных форм собственности, что неизбежно приводит к развитию конкуренции между ними. Покупатели отдают предпочтение тем организациям торговли, которые создают максимально благоприятные условия для покупки товаров (услуг).

Осуществление социальной функции предполагает повышение культуры обслуживания, предоставление торговых услуг, применение рациональных методов продажи, позволяющих сэкономить время покупателей на приобретение товаров.

На состояние внутренней торговли сильное влияние оказывают следующие факторы: инфляция, цены монополистов за энергоресурсы, тарифы на транспорт, коммунальные услуги, изменение реальных доходов населения.

Указанные причины вызвали в отдельных малых городах и сельской местности ликвидацию специализированной сети, сокращение числа объектов торговли культурно-бытового и хозяйственного назначения.

В соответствии с действующим законодательством к формам осуществления торговли относятся такие виды торговли, как комиссионная торговля, торговля на конкурсах, торговля на аукционах, торговля по образцам, торговля с использованием автоматов, выездная торговля, посылочная торговля, биржевая торговля, торговля на ярмарках, электронная торговля, торговля на рынке, а также иные формы, не запрещенные законодательством.

Основные направления развития внутренней торговли следующие:

- совершенствование организационной и технологической структуры торговли;
- усиление взаимодействия внутренней и внешней торговли в интересах укрепления экономики страны и развития внутреннего потребительского рынка;
- дальнейшее формирование рыночной инфраструктуры внутренней торговли (оптовая, розничная торговля и общественное питание);
- создание отраслевой информационной системы внутренней торговли и службы мониторинга торговых организаций;
- повышение эффективности государственного регулирования торговли, контроля и защиты прав потребителей.

1.2. Понятие организации, ее основные черты. Классификация организаций торговли

Организация – самостоятельная обособленная производственно-хозяйственная единица в системе общественного разделения труда, основная форма организации производственно-хозяйственной деятельности в современной экономике.

Создается организация для производства и реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей, получения прибыли и обладает правами юридического лица.

Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно иметь самостоятельный баланс или смету (рисунок 2).

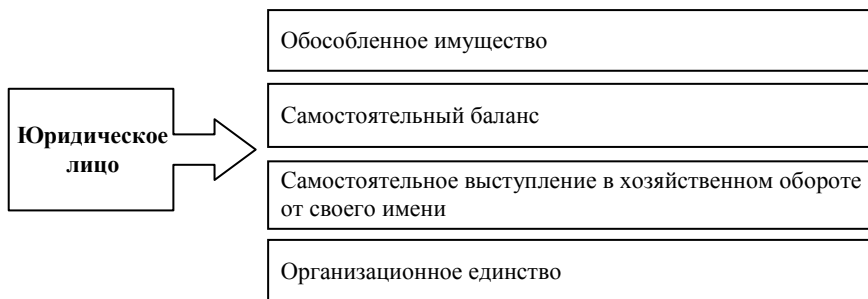


Рисунок 2 – Признаки юридического лица

Организация самостоятельно осуществляет свою деятельность, распоряжается выпускаемой продукцией, полученной прибылью, оставшейся в ее распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Организация – основное звено общественного производства, в котором осуществляется процесс производства материальных благ, формируются экономические отношения, переплетаются общенародные групповые и личные интересы.

Основные признаки организации – экономическая обособленность, экономическая самостоятельность, оперативно-хозяйственная самостоятельность.

Экономическая обособленность предполагает изоляцию ресурсов, возмещение затрат за счет собственных средств, присвоение результатов (всех или части), наличие локальной цели деятельности.

Экономическая обособленность порождена отношениями собственности и предполагает полную экономическую и оперативно-хозяйственную самостоятельность.

Экономическая самостоятельность – способность хозяйствующего субъекта влиять на организацию своей деятельности.

В соответствии с законодательными и нормативными актами Республики Беларусь субъекты хозяйствования самостоятельно определяют численность и структуру работников, формы и системы оплаты труда, поставщиков и покупателей, ассортиментную политику и политику ценообразования (в рамках действующего законодательства).

Хозяйственно-правовые формы организации представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Хозяйственно-правовые формы организаций

Таким образом, организация является самостоятельным хозяйствующим уставным субъектом, имеет право юридического лица и осуществляет деятельность с целью получения прибыли.

Организации в рыночной экономике классифицируются по следующим признакам:

- По формам собственности организации подразделяются на государственные и частные. Если в уставном капитале субъекта хозяйствования есть доля государственной и частной собственности, то такая организация имеет смешанную форму собственности.

- По формам хозяйствования организации выступают как открытое и закрытое акционерные общества, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, унитарное предприятие, кооператив, товарищество.

- По размерам субъекты предпринимательской деятельности группируются на крупные, средние, малые и микроорганизации. Признаки отнесения к одной из подгрупп указываются в законодательных или подзаконных актах. Малые имеют преимущества по сравнению с крупными в виде налоговых льгот или других мотивационных механизмов, способствующих развитию и укреплению малого предпринимательства.

- По участию иностранного капитала организации подразделяются на совместные, зарубежные и иностранные. *Совместные организации* расположены на территории страны, имеют в уставном капитале долю, принадлежащую иностранным инвесторам. *Зарубежная организация* представлена национальным капиталом, вывезенным из государства в качестве вклада в уставный капитал организации, зарегистрированной в другой стране. *Иностранная организация* имеет сто процентов уставного капитала, принадлежащего юридическим или физическим лицам других государств.

- По отраслевому признаку организации относятся к сфере материального производства – промышленность, строительство, сельское хозяйство, связь, транспорт и нематериального производства – здравоохранение, культура и др. В свою очередь каждая отрасль подразделяется на подотрасли.

- По видам объединений организации входят в производственные, республиканские, региональные, национальные или транснациональные компании – концерн, консорциум, холдинг и т. д.

- По видам дробления выделяются дочерние организации, филиалы и другие структуры с расчетным счетом и обособленным балансом или без оных, с правом или без права юридического лица.

- По цели деятельности организации подразделяются на коммерческие (ориентированные на увеличение прибыли и капитала), некоммерческие (выполняющие другие уставные задачи) или смешанные.

Классификация организаций по целям деятельности представлена на рисунке 4.



Рисунок 4 – Классификация организаций по целям деятельности

Торговая организация – организация, основным видом деятельности которой является торговля.

Классификация организаций торговли представлена на рисунке 5.

КЛАССИФИКАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ	По цели деятельности	Коммерческие
		Некоммерческие
	По форме собственности	Государственные
		Частные
	По объему деятельности	Микроорганизации
		Малые
		Средние
		Крупные
	По виду деятельности	Розничные
		Оптовые
		Оптово-розничные
		Питания
		Комбинированные
	По участию иностранного капитала	Совместные
		Зарубежные
		Иностранные
	По специализации	Специализированные
		Универсальные

Рисунок 5 – Классификация организаций торговли

1.3. Внешняя среда организации, ее виды и элементы

На деятельность любого субъекта хозяйствования оказывают влияние как внутренние, так и внешние факторы.

Внешнее окружение следует рассматривать как совокупность двух сред – макроокружения и непосредственного окружения.

Макроокружение (среда косвенного воздействия) создает общие условия существования организации. Основные факторы макроокружения, влияющие на деятельность организации, представлены на рисунке 6.



Рисунок 6 – Факторы макроокружения, влияющие на деятельность организации

Экономические факторы позволяют определить, как формируются и распределяются ресурсы. К ним относятся:

- темпы инфляции;
- уровень занятости трудовых ресурсов;
- налоговые ставки;
- величина и динамика внутреннего валового продукта;
- производительность труда и т. д.

К политическим факторам относят следующее:

- государственные программы в области политики и экономики;
- изменения в законодательной и нормативной базе;
- финансово-кредитную политику государства;
- международные соглашения в области тарифов и торговли.

К рыночным факторам относятся:

- демографические факторы;
- жизненные циклы изделий и самих хозяйствующих субъектов;
- уровень конкуренции;
- уровень и динамика доходов населения.

Технологические факторы – это развитие науки и техники.

Международные факторы следующие:

- доступ к сырьевым ресурсам за рубежом;
- деятельность иностранных фирм;
- создание совместных организаций;
- изменение валютного курса;
- инвестирование.

К социальным факторам относят:

- существующие в обществе обычаи и традиции;
- отношения людей к работе и качеству жизни;
- разделяемые людьми ценности;
- уровень образования.

Факторы макроокружения могут создавать угрозу либо открывать дополнительные возможности для развития деятельности организаций.

Непосредственное окружение (среда прямого воздействия) включает покупателей, поставщиков, конкурентов, государственное регулирование и профсоюзы.

Различают конкурентов, производящих аналогичную продукцию (внутриотраслевых) и замещающую продукцию, т. е. потенциальных (могут войти на рынок).

Элементы внешней среды прямого воздействия представлены на рисунке 7.

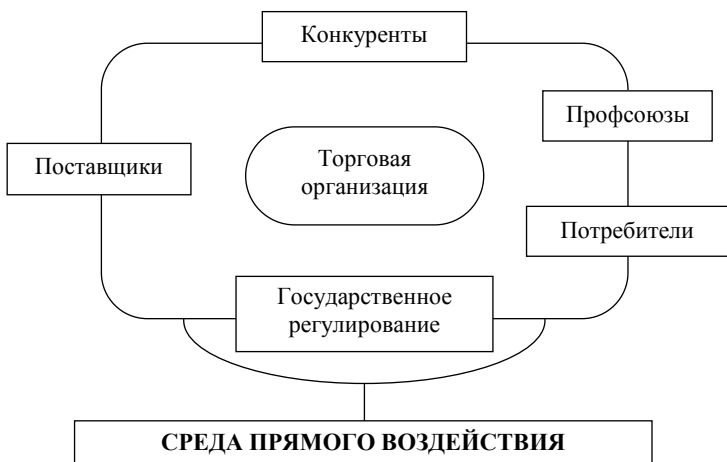


Рисунок 7 – Элементы внешней среды прямого воздействия

1.4. Потребители и их денежные доходы как основа формирования потребительского спроса

Денежные доходы населения выступают как средство связи производства с потреблением, а также домашних хозяйств с организациями и государством.

Денежные доходы выступают в качестве оценочного показателя, характеризующего уровень жизни населения, его благосостояние. Кроме того, вместе с ценой и предложением денежные доходы населения выступают как основа формирования платежеспособного спроса.

Доходы населения – средства, поступающие населению в денежной форме для удовлетворения личных потребностей.

К денежным доходам населения относят следующее:

- заработную плату рабочих и служащих (все виды оплаты труда в денежной и натуральной форме, премии, постоянные надбавки к заработной плате и средства на командировочные расходы);
- доходы от колхозов (заработная плата колхозников в денежной и натуральной форме, а также работников, привлеченных на сельскохозяйственные работы);

- поступления от продажи продуктов сельского хозяйства (выручка от продажи продукции государству, сельскохозяйственным предприятиям, кооперативам, на рынке);

- пенсии и пособия;

- стипендии учащихся средних учебных заведений и училищ, студентов, аспирантов и др.;

- поступления из финансовой системы (возмещения по государственному и коммерческому страхованию, выдача населению кредитов на индивидуальные нужды, проценты по депозитам, выигрыши и погашения по займам и лотереям);

- дивиденды (доходы, полученные населением по акциям);

- прочие поступления (неучтенная официально предпринимательская деятельность, доходы от продажи валюты и др.);

- деньги, полученные по переводам и аккредитивам (за вычетом внесенных сумм).

Денежные расходы и сбережения населения включают:

- покупку товаров и оплату услуг;

- обязательные платежи и добровольные взносы (налоги и сборы, взносы на государственное и коммерческое страхование, возврат банковских кредитов и др.);

- покупку жилых помещений;

- прирост депозитов и приобретение ценных бумаг (проценты, причисляемые к остатку вкладов).

До 1992 г. определение величины доходов и расходов населения проводилось на основе балансов (на уровне районных и областных статистических управлений). В настоящее время балансы на данном уровне не составляются.

Для определения величины доходов и расходов населения в современных условиях можно использовать данные Национального статистического комитета Республики Беларусь. На основе данных о денежных доходах на одного человека и учтенной численности обслуживаемого населения можно определить денежные доходы населения в регионе. При этом используют следующую информацию: данные бюджетных обследований семей, минимального потребительского бюджета, средней заработной платы, изменения цен и т. д.

Результаты анализа динамики и структуры денежных доходов и расходов населения используются для обоснования плана розничного товарооборота по общему объему и ассортименту.

Покупательные фонды населения – часть денежных доходов населения, которая предназначена для покупки товаров. Покупательные фонды определяются по формуле

$$ПФ = Д - НР + ПР - ПД,$$

где *ПФ* – покупательные фонды обслуживаемого населения, млн р.;

Д – доходы населения (по всем источникам), млн р.;

НР – нетоварные расходы (оплата коммунальных услуг, транспорта, связи и др.), млн р.;

ПД – суммы превышения денежных доходов над расходами, млн р.;

ПР – суммы превышения расходов над доходами, млн р.

Суммы превышения денежных доходов над расходами или расходов над доходами отражают такие операции, как ввоз денег в данной регион или вывоз из региона, а также изменение остатка денег на руках местного населения. На планируемый год эти суммы определяются исходя из оценки их динамики за последние годы с учетом прогнозируемого насыщения рынка товарами и повышения уровня торгового обслуживания населения в данном регионе.

Покупательные фонды населения являются основой развития розничного товарооборота и влияют на структуру потребления.

Относительный показатель, характеризующий динамику покупательских фондов населения, – процент их охвата розничным товарооборотом.

Для расчета данного показателя используется следующая формула:

$$\frac{\dot{\bar{I}}\dot{\bar{o}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{o}} \quad \dot{\bar{i}}\dot{\bar{o}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{o}}\dot{\bar{a}}}{\dot{\bar{i}}\dot{\bar{n}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{o}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{d}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{u}} \quad \dot{\bar{i}}\dot{\bar{u}}\dot{\bar{o}} \quad \dot{\bar{o}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{u}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}} \quad \dot{\bar{o}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{d}}\dot{\bar{n}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{d}} \quad \dot{\bar{i}}\dot{\bar{o}}\dot{\bar{n}}} = \frac{\dot{\bar{D}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{c}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{d}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{u}}\dot{\bar{e}} \quad \dot{\bar{o}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{d}}\dot{\bar{n}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{d}} \quad \dot{\bar{i}}\dot{\bar{o}}}{\dot{\bar{I}}\dot{\bar{n}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{o}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{d}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{u}} \quad \dot{\bar{i}}\dot{\bar{u}}\dot{\bar{o}} \quad \dot{\bar{o}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{u}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}} \quad \dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{n}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{o}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{u}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{i}} \quad \dot{\bar{i}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{n}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{i}}\dot{\bar{u}}\dot{\bar{e}}\dot{\bar{y}}} \cdot 100.$$

Расчет покупательных фондов населения осуществляется на основе построения баланса доходов и расходов населения (рисунок 8).

Если балансы не составляются на уровне района, то расчеты производятся по усредненным данным в целом по областям или республике в целом.

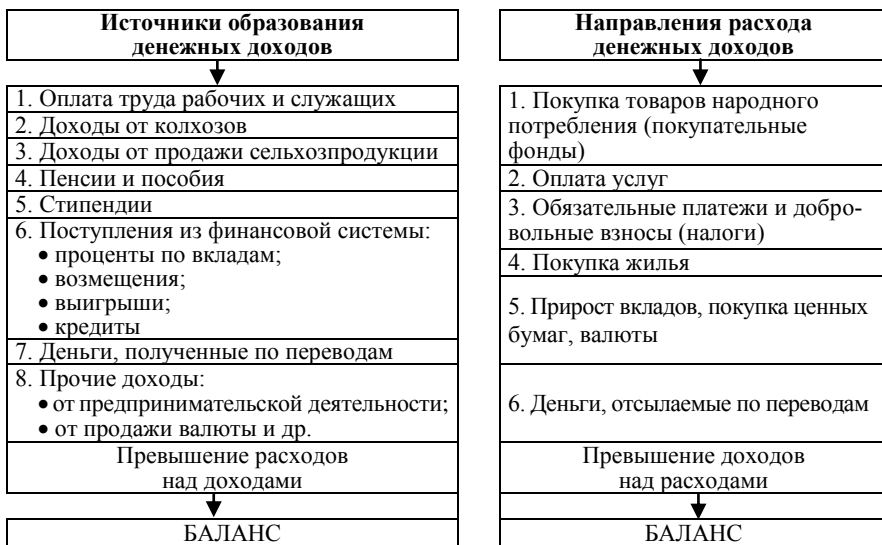


Рисунок 8 – Баланс денежных доходов и расходов населения

Исследование покупательных фондов населения необходимо для анализа и планирования розничного товарооборота, в том числе по следующим направлениям:

- прогнозирование структуры розничного товарооборота;
- определение особенностей сезонного спроса (поквартальный анализ);
- определение влияния факторов на изменение розничного товарооборота (численность населения, покупательные фонды обслуживаемого населения, процент охвата покупательных фондов населения розничным товарооборотом);
- определение эластичности спроса;
- расчет емкости рынка;
- определение следующей модели стратегического регулирования товарооборота:

$$T_{TP} > T_T > T_{TЗ} > T_C,$$

где T_{TP} – темп роста товарных ресурсов, %;

T_T – темп роста товарооборота, %;

$T_{TЗ}$ – темп роста товарных запасов, %;

T_C – темп роста объема спроса, %.

1.5. Товарные ресурсы – элемент внешней среды и основа товарного предложения

Одним из важнейших условий развития рыночных отношений является *предложение товаров* – это масса товаров, которая находится на рынке или может быть доставлена на него.

Основными факторами, определяющими размер предложения и динамику его развития, являются объем производства товаров, размещение, специализация и концентрация производства, ассортимент и качество товаров, использование достижений научно-технического прогресса в производстве и т. д.

Товарное предложение включает товарные ресурсы и товарные запасы.

Под *товарными ресурсами* понимается вся масса товаров на определенном периоде, служащая источником покрытия личных и коллективных потребностей населения и частично потребностей народнохозяйственного комплекса.

Товарные запасы находятся в сфере обращения и предназначены для бесперебойной продажи населению.

Основную часть товарных ресурсов составляют ресурсы, предназначенные для продажи населению (80–95%).

Классификация товарных ресурсов представлена на рисунке 9.

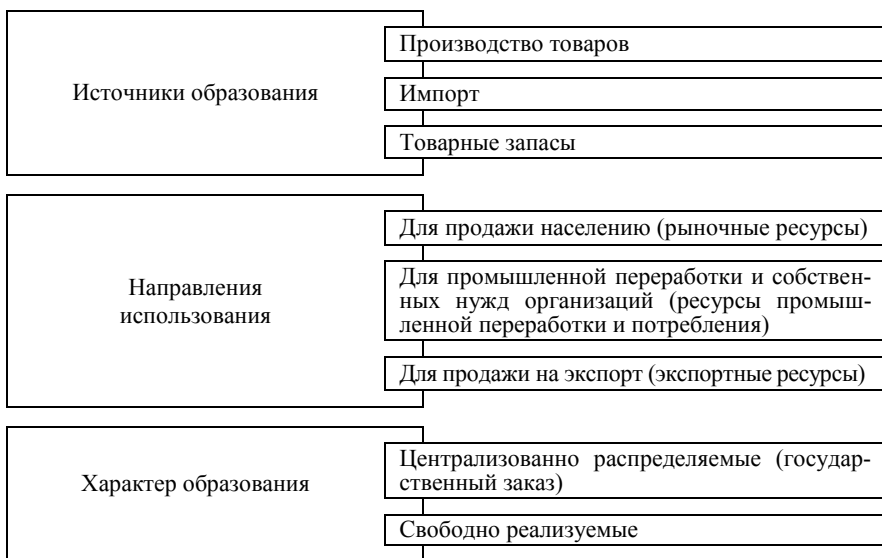


Рисунок 9 – Классификация товарных ресурсов

Товарные ресурсы для промышленного потребления или переработки – это часть товаров, которые используются в качестве основного сырья для производства других товаров (например, сахар для кондитерских изделий, мука для хлебобулочных изделий, ткани для швейных изделий и т. д.) или в качестве вспомогательного сырья (например, ткань для обувной, мебельной, автомобильной промышленности).

Товарные ресурсы для организаций социального характера – это часть непродовольственных товаров, предназначенных для снабжения больниц, домов отдыха, детских учреждений и т. д.

Отдельно в составе товарных ресурсов следует также учитывать снабжение спецодеждой и обувью работников ряда отраслей национальной экономики.

В основе планирования и распределения товарных ресурсов лежат балансы товарных ресурсов (рисунок 10).

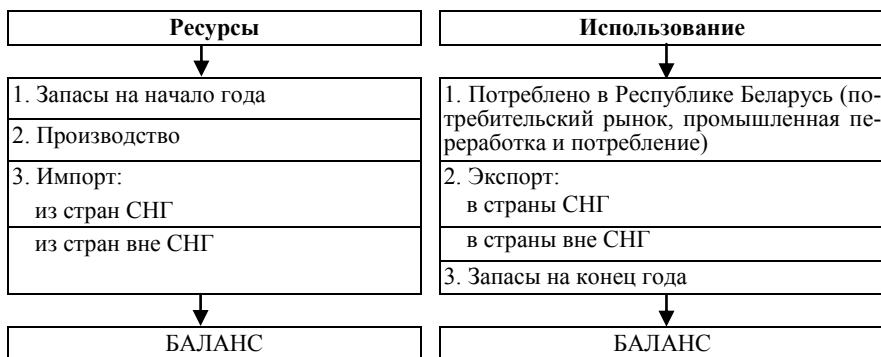


Рисунок 10 – Баланс товарных ресурсов

В доходной части баланса отражаются все источники товарных ресурсов (запасы на начало периода, поступление из различных источников и т. д.), в расходной – направления использования ресурсов (продажа населению, промышленная переработка, экспорт и т. д.).

Основными источниками формирования товарных ресурсов являются легкая, пищевая, тяжелая промышленность, сельские и фермерские хозяйства, личные подсобные хозяйства, подсобные хозяйства организаций, импорт.

Соотношение указанных источников зависит от уровня развития производства и сферы товарного обращения, а также от ценовой, тарифной и налоговой политик государства.

Масштабы, качество и динамика развития товарного предложения определяются масштабами и динамикой развития платежеспособного спроса населения и одновременно выступают в качестве основных показателей уровня развития сферы товарного обращения и экономики страны или региона.

Тема 2. ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ

2.1. Понятие внутренней среды организации и ее структура

Если на внешнюю среду организация практически не может повлиять, то на внутреннюю она влияет непосредственно.

Внутренняя среда организации – это совокупность элементов, которые приводят организацию в функциональное состояние.

Структура внутренней среды выглядит следующим образом:

- экономический механизм функционирования организации;
- экономические ресурсы организации;
- цель организации;
- задачи организации;
- применяемые технологии;
- уровень управления.

Схематично структуру внутренней среды можно представить в виде рисунка 11.

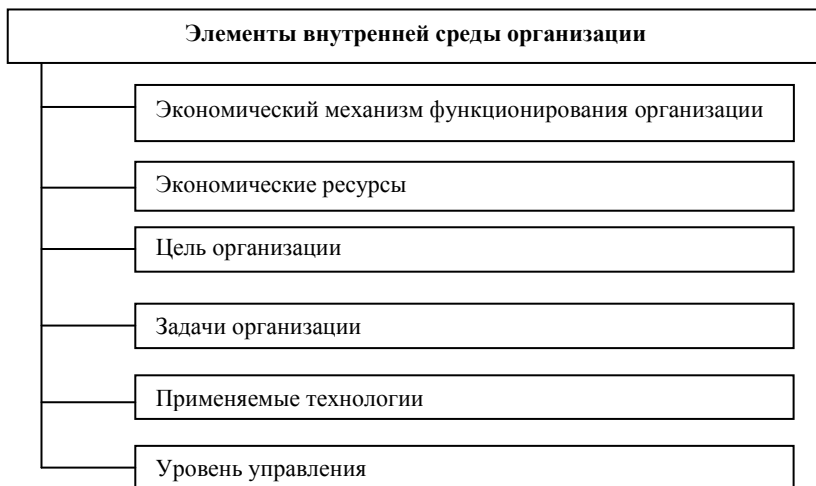


Рисунок 11 – Элементы внутренней среды организации

Экономический механизм функционирования организации представляет собой совокупность методов управления ее деятельностью и правового обеспечения.

Экономические ресурсы – это задействованные в организации собственные и привлеченные факторы производства – труд и капитал. Фактор труда выражен персоналом, работающим в организации, а капитал – движимым и недвижимым имуществом. Экономические ресурсы являются основой внутренней среды, ее главным элементом, так как без достаточного наличия одного из них, организация не сможет эффективно работать.

Цель организации – это конкретный измеряемый результат, которого стремится достичь организация в результате своей деятельности.

Цели подразделяются на тактические и стратегические.

Задачи организации представляют собой объем работ, которые могут быть выполнены заранее установленным способом и в установленные сроки.

Различают три вида задач – по работе с людьми, предметами и средствами труда, информацией.

Технологии представляют собой процессы охвата факторов производства и трансформации их в товар или услугу. Как элемент внутренней среды организации торговли технология представляет собой совокупность способов и методов продажи товаров. Состояние технологии торговли (новая или морально устаревшая) во многом определяет конкурентоспособность организации.

Уровень управления определяется способностью менеджмента организации принимать эффективные решения в области обеспечения ресурсами, постановки цели и задач, выбора технологий через такие функции, как планирование, организация, контроль, мотивация.

2.2. Экономический механизм функционирования организации, его виды и элементы

2.2.1. Понятие и виды экономического механизма

Экономический механизм организации является формой проявления его экономического интереса.

Экономический механизм организации торговли можно рассматривать как совокупность методов планирования, стимулирования

и правового обеспечения торговой деятельности. Поэтому эффективность экономического механизма зависит как от внешних, так и от внутренних факторов.

В экономической литературе различаются такие виды экономического механизма, как теоретический, нормативный и реальный.

Теоретический механизм представляет собой экономическую модель функционирования торговых организаций, которая основана на разработанных наукой представлениях о развитии экономики.

Нормативный механизм определяется комплексом экономических отношений, которые базируются на нормативных актах, направленных на регулирование торговой деятельности.

Реальный механизм представляет собой систему, включающую элементы как теоретического, так и нормативного механизма.

Экономический механизм организации торговли состоит из следующих основных элементов (рисунок 12):

- стимулирование деятельности;
- коммерческий расчет;
- планирование, прогнозирование и стратегия деятельности;
- организационная структура управления организацией.



Рисунок 12 – Структура экономического механизма организации

2.2.2. Экономические интересы и стимулы в организации

Экономические интересы и стимулы являются центральным мотивирующим звеном экономического механизма любой организации.

Экономический интерес представляет собой осознанную людьми объективную связь между работой и вознаграждением.

Экономические стимулы – средства приведения в действие экономических интересов.

Таким образом, собственник организации заинтересован в увеличении стоимости имущества и росте прибыли, персонал – в сохранении рабочих мест и росте заработной платы, правительство заинтересовано в увеличении доходов бюджета и экономической стабильности, потребители – в качестве ассортимента и низких ценах товаров и услуг. Поставщики заинтересованы в платежеспособности организации, банки – в устойчивом финансовом положении организации, чтобы те могли брать кредиты с процентами, а также возвращать их в установленные сроки.

Экономические интересы и стимулы как элемент экономического механизма включают в себя заинтересованность и ответственность. Эти элементы проявляются следующим образом:

- через формы и системы оплаты труда;
- через механизм распределения прибыли;
- через политику ценообразования;
- через кредитный механизм;
- через налоговое законодательство;
- через конкуренцию.

2.2.3. Коммерческий расчет, его принципы

Коммерческий расчет – метод ведения и управления деятельностью организации, основанный на соизмерении в денежной форме результатов и затрат деятельности и нацеленный на получение прибыли.

Главной целью коммерческого расчета является повышение эффективности работы организации на основании рационального использования собственных и привлекаемых материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Сущность коммерческого расчета раскрывается через его принципы (рисунок 13).

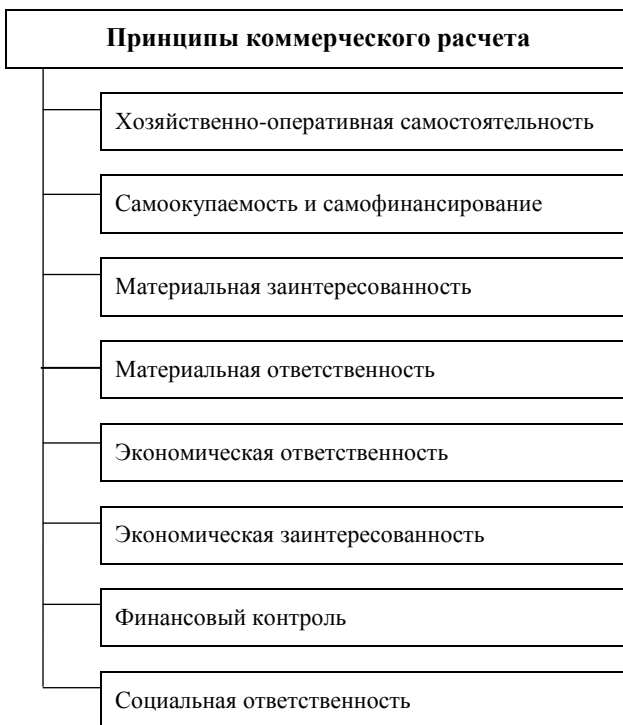


Рисунок 13 – Принципы коммерческого расчета

Хозяйственно-оперативная самостоятельность заключается в экономической обособленности организации и предполагает наличие у нее основных и оборотных средств, осуществление самостоятельного планирования, а также самостоятельного выбора партнеров и наличие статуса юридического лица.

Самоокупаемость предполагает покрытие доходами организации ее расходов за счет текущей деятельности. *Самофинансирование* – не только покрытие расходов, но и получение достаточной прибыли для инновационного развития организации.

Материальная заинтересованность заключается в получении максимального дохода при оптимальных затратах.

Материальная ответственность предполагает несение ответственности организации в целом, а также каждым его работником за рациональное использование ресурсов.

Экономическая ответственность шире, чем материальная ответственность и предполагает несение ответственности не только ресур-

сами, а также режимом работы и степенью доверия персонала и клиентов за принимаемые решения.

Экономическая заинтересованность – это не только получение максимального дохода, но и заинтересованность в будущем организации.

Финансовый контроль предусматривает несение имущественной ответственности.

Социальная ответственность предполагает увеличение и поддержание авторитета организации и ее положительного имиджа на рынке.

2.2.4. Стратегия, планирование и прогнозирование деятельности организации

Стратегия организации представляет собой совокупность правил, которым должна следовать организация с целью поддержания и укрепления своей конкурентоспособности на рынке. Стратегия должна использоваться в качестве инструмента для адаптации к происходящим переменам в окружающей среде. Основой для разработки стратегии является планирование и прогнозирование деятельности.

Планирование – это процесс, предусматривающий выполнение намеченной системы мероприятий с указанием порядка, последовательности и сроков их выполнения, а также экономический метод руководства деятельностью организации.

С точки зрения применения данной категории к организации, планирование представляет собой процесс экономического обоснования основных показателей хозяйственно-финансовой деятельности организации на основании использования внутренней и внешней информации.

Прогнозирование в отличие от планирования строится на предположении и не позволяет в полной мере учесть условия деятельности организации. Поэтому планирование в большей степени позволяет уменьшить, а порой и избежать риска в коммерческой и финансовой деятельности.

На уровне торговых организаций разрабатываются прогнозы на два–три года и план торгово-финансовой деятельности на предстоящий год. По отдельным крупным торговым сделкам или инвестиционным проектам в современных условиях необходимо разрабатывать бизнес-планы, которые представляют собой конкретную программу действий организации, включающую описание проекта, анализ рынка

и конкурентов, план продажи или строительства, план финансирования со сроками возврата кредита, расчет предстоящего эффекта (эффективности) от реализации проекта.

Таким образом, планирование как процесс включает четыре этапа:

1. Анализ предыдущего и текущего состояния объекта планирования (показателя).

2. Прогноз развития показателей при определенных экономических условиях.

3. Постановку целей, т. е. конкретного результата планирования.

4. Выработку программы достижения цели, которая предусматривает увязку целей с экономическими ресурсами, имеющимися для ее достижения.

2.2.5. Структура управления организацией

Организационная структура управления организацией представляет собой взаимоотношения уровней управления и функциональных служб организации, которые построены в такой форме, которая способна наиболее эффективно достичь цели организации. Организационная структура управления торговой организацией, которая по сути своей является организационной формой разделения труда по принятию и реализации управленческих решений, характеризуется распределением целей и задач управления между подразделениями и работниками организации.

2.3. Основные показатели, характеризующие внутреннюю среду организации

Основные показатели внутренней среды организаций торговли представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели, характеризующие внутреннюю среду организации

Показатели	Качественная характеристика, значимость
1. Трудовые ресурсы:	Количество работников, занятых в организации
аппарат управления	
специалисты	
основной персонал	
вспомогательный персонал	

Окончание таблицы 1

Показатели	Качественная характеристика, значимость
2. Соотношение аппарата управления и специалистов с основным и вспомогательным персоналом	Оценка оптимальности в соотношении основных групп персонала
3. Имущество организации	Стоимостное выражение движимых и недвижимых средств
4. Объекты розничной торговой сети	Фактор конкурентоспособности
5. Торговая площадь розничной торговой сети	Фактор конкурентоспособности
6. Технологии реализации товаров	Фактор конкурентоспособности
7. Доля собственных оборотных средств в оборотных средствах	Фактор конкурентоспособности
8. Структура управления организацией	Оценка эффективности работы
9. Показатели объемов деятельности организации (розничный товарооборот, оптовый товарооборот)	Выручка от реализации товаров
10. Темпы изменения показателей объемов деятельности торговой организации	Экономический рост организации

Тема 3. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И ОПЛАТА ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТОРГОВЛИ

3.1. Сущность и особенности труда работников торговли. Трудовые ресурсы, их классификация

Труд – это целесообразная, сознательная и организованная деятельность людей, направленная на преобразование природных материалов, создание материальных и духовных благ и их доведение до потребителя.

Проблемы, охватывающие трудовые отношения, включают в себя изучение рынка труда и занятости, формирование доходов населения, организацию высокоэффективного труда (рисунок 14).

Труд работников торговли имеет характерные признаки, отличающие его от труда в других отраслях экономики. Труд в торговле характеризуется неравномерной интенсивностью. Так, в часы «пик» покупательских потоков наблюдается чрезвычайная напряженность труда, а в другие часы – работники «простаивают».



Рисунок 14 – Проблемы, охватывающие трудовые отношения

В связи с выполняемыми трудовыми функциями различают труд работников торговли, связанный с продолжением процесса производства в сфере обращения (транспортировка, хранение, сортировка, упаковка, фасовка, маркировка товаров), и труд работников торговли, связанный с необходимостью превращения одной формы стоимости в другую (процесс купли-продажи, ведение денежного хозяйства, учет и отчетность).

Работы, связанные с продолжением процесса производства в торговле, выполняются зачастую примитивно, вручную, порой за счет времени, которое должно быть израсходовано на непосредственное обслуживание покупателей. Сокращение доли затрат труда за счет

его механизации и автоматизации, получение товаров от промышленности в наиболее готовом для продажи виде повышают производительность труда торговых работников.

Постоянный непосредственный контакт с покупателями обуславливает нервное и эмоциональное напряжение работников, занятых реализацией товаров.

Ключевым элементом осуществления трудовой деятельности являются трудовые ресурсы. Данную категорию рассматривают на макро- и микроуровнях.

Как макроэкономическая категория трудовые ресурсы представляют часть населения страны, обладающую необходимым физическим развитием, умственными способностями и знаниями для работы. Классификация трудовых ресурсов представлена на рисунке 15.

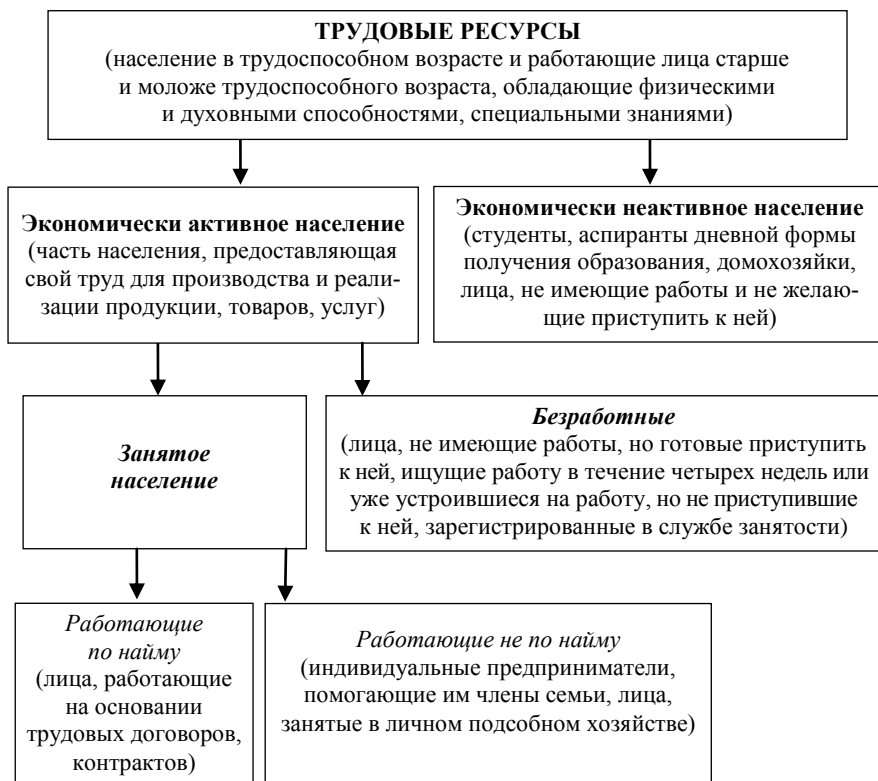


Рисунок 15 – Классификация трудовых ресурсов

На микроуровне трудовыми ресурсами являются работники организации, занятые на постоянной, сезонной и временной (более одного дня) работе.

Трудовые ресурсы имеют количественную и качественную стороны (рисунок 16). Количественно они выражаются через показатели численности работников. Качественные характеристики трудовых ресурсов включают в себя трудовой потенциал, т. е. образовательный уровень, специализация, профессиональный опыт, дисциплинированность, производительность и т. п. Эти характеристики при равной численности определяют различия заключенного в ней трудового потенциала, т. е. способности трудовых ресурсов выполнять возложенные на них функции.

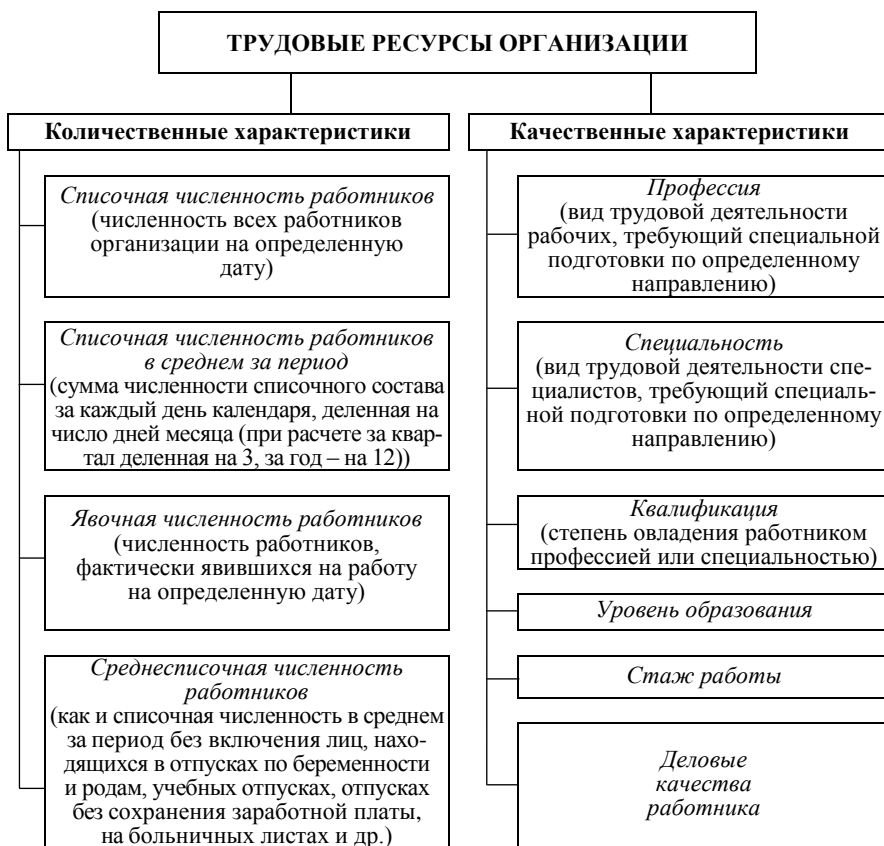


Рисунок 16 – Характеристика трудовых ресурсов организации

Численность работников характеризуется следующими показателями: списочная численность, списочная численность в среднем за период, среднесписочная численность и явочная численность.

Списочная численность – это численность всех работников, состоящих в списках организации на определенную дату. В списочный состав входят работники, фактически явившиеся на работу, не вышедшие на работу по причине простоя, находящиеся в служебных командировках, выполняющие работу на дому по трудовому договору, работающие по нарядам за пределами организации и т. п.

В списочную численность работников на конкретную дату включаются работники, принятые на работу в этот день, и исключаются выбывшие в этот день.

Явочная численность – это необходимая численность работников с учетом числа рабочих мест и нормы времени их работы.

Списочная численность в среднем за период – это численность работников организации, определяемая в среднем за соответствующий период (месяц, квартал, полугодие, год). Списочная численность работников в среднем за месяц рассчитывается путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день этого периода и деления этой суммы на число календарных дней. Число работников за выходной или праздничный (нерабочий) день принимается равной списочной численности работников за предшествующий день, исключая работников, для которых это был последний день работы.

Среднесписочная численность работников используется при определении средней заработной платы и других средних величин. При расчете среднесписочной численности работников из численности списочного состава исключаются работники, находящиеся в отпусках по беременности и родам, по уходу за ребенком, не явившиеся на работу вследствие временной нетрудоспособности, находящиеся в отпусках без сохранения заработной платы и некоторые другие категории.

Различают профессию, специальность и квалификацию.

Профессия в соответствии с Трудовым кодексом Республики Беларусь – это род трудовой деятельности, требующий определенных знаний и навыков, приобретаемых путем обучения и практического опыта (например, продавец).

Специальность – это совокупность приобретенных путем специальной подготовки и опыта работы знаний, умений и навыков, необходимых для выполнения определенного вида трудовой деятельности в рамках данной профессии (например, продавец непродовольственных товаров).

Квалификация – это степень овладения работником профессией или специальностью, уровень общей и специальной подготовки работника, подтверждаемый документами об образовании или повышении квалификации. Присвоение квалификации работникам по соответствующей профессии производится аттестационными комиссиями в организациях и учебных заведениях. При этом принимаются во внимание образование, стаж работы, деловые качества работника.

Персонал организации классифицируется по функциональному, профессиональному и квалификационному признаку (рисунок 17).

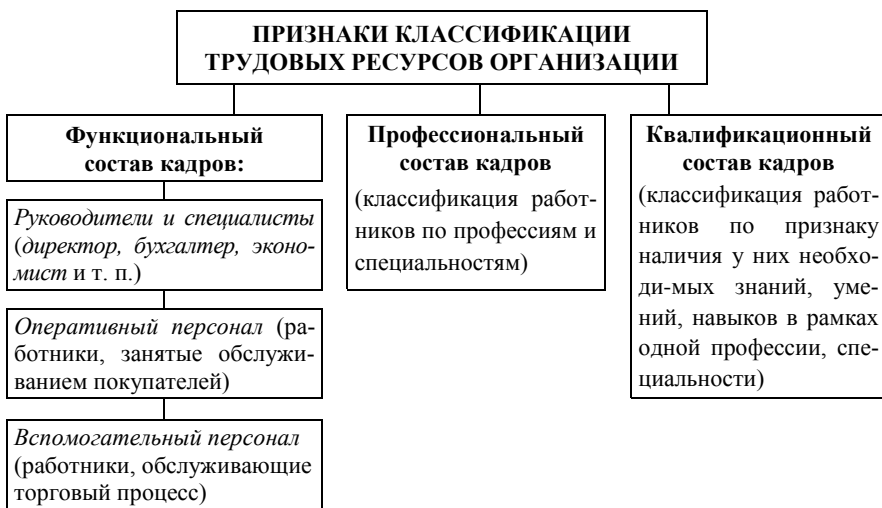


Рисунок 17 – Классификация трудовых ресурсов организации

Функциональный состав работников включает три группы:

1. Аппарат управления и специалисты, т. е. работники, выполняющие функции управления (директор, заведующий объектом розничной (оптовой) торговли, экономисты, менеджеры, бухгалтеры, товароведы).

2. Торгово-оперативный персонал – работники, занятые непосредственно обслуживанием покупателей (продавцы, кассиры).

3. Вспомогательный персонал – работники, обслуживающие процесс продажи товаров (грузчики, фасовщики, уборщицы).

Профессиональный состав – это классификация работников по профессиям или специальностям, т. е. имеющих специальную подготовку для выполнения определенной работы.

Квалификационный состав – это классификация работников по степени наличия у них знаний и умений для выполнения определенной работы в рамках одной профессии (специальности). Например, торгово-оперативный персонал имеет четыре квалификационных разряда (продавцы, контролеры-кассиры – с 4-го по 6-й, продавец-консультант – 7-й).

3.2. Производительность и эффективность труда в торговле.

Методы измерения производительности труда, факторы, ее определяющие

Производительность труда – это продуктивность деятельности работников, которая измеряется количеством работы, выполненной в единицу времени.

В общем виде производительность труда измеряется по формуле

$$P = \frac{I}{\times O},$$

где P – производительность труда в стоимостных или физических величинах;

O – объем работы в единицу времени;

$Ч$ – численность работников, чел.

В розничной торговле производительность труда измеряется отношением розничного товарооборота за определенный период к среднесписочной численности торговых работников.

Применяются два метода измерения производительности труда – стоимостный и натуральный. При *стоимостном методе* измерения объем работы рассчитывается в денежном выражении. Стоимостный метод измерения позволяет сравнивать производительность труда работников разных профессий, квалификаций. Однако недостатками этого метода считаются разная трудоемкость реализации различных товаров и инфляционный фактор.

Более точная оценка производительности труда может быть дана в натуральных показателях (килограммах, метрах, штуках). Однако использование *натурального метода* ограничено разнородностью товарных групп.

Методы расчета производительности труда представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Методы расчета производительности труда

Показатели	Методика расчета
1. Производительность труда в единицу времени	$\tilde{N}\delta\alpha\alpha\iota\alpha\alpha\iota\alpha\delta\alpha\gamma\ \alpha\upsilon\delta\alpha\alpha\iota\delta\epsilon\alpha = \frac{\tilde{\theta}\iota\alpha\alpha\delta\eta\iota\alpha\iota\delta\iota\delta}{\tilde{\iota}\alpha\upsilon\alpha\iota\ \iota\delta\delta\alpha\alpha\iota\delta\alpha\iota\tilde{\iota}\ \alpha\omicron} \div \alpha\epsilon\iota\alpha\alpha\epsilon\iota-\alpha\acute{\alpha}\epsilon$ $\tilde{N}\delta\alpha\alpha\iota\alpha\div\alpha\tilde{\eta}\tilde{\eta}\alpha\gamma\ \alpha\upsilon\delta\alpha\alpha\iota\delta\epsilon\alpha = \frac{\tilde{\theta}\iota\alpha\alpha\delta\eta\iota\alpha\iota\delta\iota\delta}{\tilde{\iota}\alpha\upsilon\alpha\iota\ \iota\delta\delta\alpha\alpha\iota\delta\alpha\iota\tilde{\iota}\ \alpha\omicron} \div \alpha\epsilon\iota\alpha\alpha\epsilon\iota-\alpha\tilde{\eta}\tilde{\iota}\alpha$
2. Производительность труда, рассчитанная на единицу продукции	$\frac{\tilde{N}\delta\alpha\alpha\iota\gamma\gamma}{\iota\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha} = \frac{\tilde{\epsilon}\iota\epsilon\epsilon-\alpha\tilde{\eta}\delta\alpha\iota}{\iota\delta\iota\alpha\alpha\iota\tilde{\iota}\alpha\omicron\ \delta\iota\alpha\alpha\delta\eta\iota\alpha} \div \times\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \upsilon\ \delta\alpha\alpha\iota\delta\iota\epsilon\epsilon\iota\alpha$ $\frac{\tilde{\iota}\delta\alpha\alpha\delta\epsilon\upsilon\iota\alpha\gamma}{\iota\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha} = \frac{\tilde{\iota}\delta\epsilon\delta\eta\tilde{\eta}\delta\ \epsilon\iota\epsilon\epsilon\div\alpha\tilde{\eta}\delta\alpha\alpha}{\iota\delta\iota\alpha\alpha\iota\tilde{\iota}\alpha\omicron\ \delta\iota\alpha\alpha\delta\eta\iota\alpha} \div \frac{\tilde{\iota}\delta\epsilon\delta\eta\tilde{\eta}\delta\ \div\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \epsilon}{\delta\alpha\alpha\iota\delta\iota\epsilon\epsilon\iota\alpha}$
3. Производительность труда в расчете на одного среднесписочного работника	$\frac{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \tilde{\eta}\ \delta\iota\alpha\alpha\delta\eta\iota\alpha\iota\delta\ \iota\delta\delta\ \alpha\ \alpha\alpha\epsilon\tilde{\eta}\delta\alpha\omicron\tilde{\eta}\epsilon\delta\ \delta\alpha\iota\alpha\delta}{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \tilde{\eta}\ \alpha\iota\delta\iota\alpha\omicron} = \frac{\tilde{\theta}\iota\alpha\alpha\delta\eta\iota\alpha\iota\delta\iota\delta}{\tilde{N}\delta\alpha\alpha\iota\alpha\tilde{\eta}\epsilon\tilde{\eta}-\iota\alpha\gamma\ \div\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \upsilon\ \delta\alpha\alpha\iota\delta\iota\epsilon\epsilon\iota\alpha}$ $\frac{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \tilde{\eta}\ \alpha\iota\delta\iota\alpha\omicron}{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \tilde{\eta}\ \div\epsilon\tilde{\eta}\delta\iota\epsilon\ \iota\delta\iota\alpha\omicron\epsilon\omicron\epsilon\epsilon\ (\alpha\alpha\epsilon\iota\alpha\iota\epsilon\ \alpha\iota\alpha\alpha\delta\epsilon\alpha\tilde{\eta}\tilde{\eta}\ \epsilon\ \tilde{\eta}\delta\iota\epsilon\iota\tilde{\eta}\delta\epsilon)}$ $= \frac{\tilde{\iota}\delta\epsilon\delta\eta\tilde{\eta}\delta\ \div\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \upsilon\ \delta\alpha\alpha\iota\delta\iota\epsilon\epsilon\iota\alpha}{\tilde{\iota}\delta\epsilon\delta\eta\tilde{\eta}\delta\ \div\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \upsilon\ \delta\alpha\alpha\iota\delta\iota\epsilon\epsilon\iota\alpha}$ $\frac{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \tilde{\eta}\ \div\epsilon\tilde{\eta}\delta\iota\epsilon\ \iota\delta\iota\alpha\omicron\epsilon\omicron\epsilon\epsilon}{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \tilde{\eta}\ \div\epsilon\tilde{\eta}\delta\iota\epsilon\ \iota\delta\iota\alpha\omicron\epsilon\omicron\epsilon\epsilon} = \frac{\times\epsilon\tilde{\eta}\delta\alpha\gamma\ \iota\delta\iota\alpha\omicron\epsilon\omicron\epsilon\gamma}{\tilde{N}\delta\alpha\alpha\iota\alpha\tilde{\eta}\epsilon\tilde{\eta}-\iota\alpha\gamma\ \div\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \upsilon\ \delta\alpha\alpha\iota\delta\iota\epsilon\epsilon\iota\alpha}$ $\frac{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \tilde{\eta}\ \iota\delta\epsilon\alpha\upsilon\epsilon\epsilon}{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \tilde{\eta}\ \iota\delta\epsilon\alpha\upsilon\epsilon\epsilon} = \frac{\tilde{\iota}\delta\epsilon\alpha\upsilon\epsilon\upsilon}{\tilde{N}\delta\alpha\alpha\iota\alpha\tilde{\eta}\epsilon\tilde{\eta}-\iota\alpha\gamma\ \div\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \upsilon\ \delta\alpha\alpha\iota\delta\iota\epsilon\epsilon\iota\alpha}$
4. Производительность труда в организации потребительской кооперации (райпо)	$\frac{\tilde{\iota}\delta\iota\epsilon\varsigma\alpha\iota\alpha\epsilon\delta\ \alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\upsilon\ \delta\delta\delta\alpha\alpha\ \alpha\iota\tilde{\eta}\alpha\delta\alpha\delta\alpha\ \delta\iota\delta\alpha\alpha\epsilon\alpha\iota\epsilon\gamma\ \epsilon\ \tilde{\eta}\alpha\delta\epsilon\alpha\epsilon\epsilon\tilde{\eta}\delta\iota\alpha}{\tilde{N}\iota\alpha\iota\epsilon\omicron\iota\tilde{\eta}\epsilon\ \iota\alpha\upsilon\alpha\iota\ \alpha\alpha\gamma\delta\alpha\epsilon\upsilon\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\epsilon\ (\tilde{\eta}\omicron\iota\iota\alpha\ \alpha\tilde{\eta}\alpha\tilde{\alpha}\tilde{\alpha}\delta\iota\delta\iota\alpha)}$ $= \frac{\tilde{\theta}\delta\alpha\delta\iota\alpha\gamma\ \div\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \upsilon\ \alpha\iota\tilde{\eta}\alpha\delta\alpha\delta\alpha\ \delta\iota\delta\alpha\alpha\epsilon\alpha\iota\epsilon\gamma\ \epsilon\ \tilde{\eta}\alpha\delta\epsilon\alpha\epsilon\epsilon\tilde{\eta}\delta\iota\alpha\ \iota\alpha\ \alpha\alpha\delta\delta,\ \tilde{\eta}\epsilon\alpha\alpha\omicron\tilde{\eta}\omicron\tilde{\eta}\ \varsigma\alpha\ \alpha\iota\alpha\epsilon\epsilon\varsigma\epsilon\delta\delta\alpha\iota\epsilon}{\tilde{\theta}\delta\alpha\delta\iota\alpha\gamma\ \div\epsilon\tilde{\eta}\epsilon\alpha\iota\tilde{\eta}\tilde{\eta}\delta\ \upsilon\ \alpha\iota\tilde{\eta}\alpha\delta\alpha\delta\alpha\ \delta\iota\delta\alpha\alpha\epsilon\alpha\iota\epsilon\gamma\ \epsilon\ \tilde{\eta}\alpha\delta\epsilon\alpha\epsilon\epsilon\tilde{\eta}\delta\iota\alpha\ \iota\alpha\ \alpha\alpha\delta\delta,\ \tilde{\eta}\epsilon\alpha\alpha\omicron\tilde{\eta}\omicron\tilde{\eta}\ \varsigma\alpha\ \alpha\iota\alpha\epsilon\epsilon\varsigma\epsilon\delta\delta\alpha\iota\epsilon}$ $\frac{\text{Производительность труда продавцов}}{\text{Розничный товарооборот}} = \frac{\text{Плътная численность продавцов на дату, следующую за анализируемой}}$

Понятие «эффективность труда» более широкое, чем производительность и предполагает, во-первых, соизмерение полученного экономического эффекта с затратами живого труда и, во-вторых, оценку качества труда.

К системе показателей экономической эффективности труда относятся производительность труда, трудоемкость товарооборота, реализованная чистая продукция на одного работника, прибыль на одного работника, уровень расходов на оплату труда, зарплатоотдача, доля расходов на оплату труда в чистой продукции, фондовооруженность (таблица 3).

Таблица 3 – Показатели производительности и эффективности труда работников организации торговли

Показатели	Формула для расчета
1. Производительность совокупного труда	$\frac{\frac{\times \hat{I}}{\hat{I}\hat{N} + \hat{I}\hat{N}}}{\hat{I}\hat{O}} + \times$ <p>где $\hat{I}\hat{P}$ – чистая продукция (валовая добавленная стоимость), млн р.;</p> <p>$\hat{O}\hat{O}\hat{C}$ – среднегодовая стоимость основных средств;</p> <p>$\hat{O}\hat{C}$ – среднегодовая стоимость оборотных средств, млн р.;</p> <p>$\hat{O}\hat{I}\hat{T}$ – общественная производительность труда (национальный доход на одного работника материального производства), млн р.;</p> <p>$\frac{\hat{I}\hat{N} + \hat{I}\hat{N}}{\hat{I}\hat{O}}$ – среднегодовая численность работников, необходимая в условиях данной общественной производительности труда для производства основных средств и оборотных средств торговли, чел.;</p> <p>\hat{C} – среднегодовая численность работников торговли, чел.</p>
2. Производительность труда по товарообороту	$\frac{\hat{O}}{\times}$ <p>где \hat{T} – товарооборот, млн р.</p>
3. Производительность труда по чистой продукции (валовой добавленной стоимости)	$\frac{\hat{I}\hat{P}}{\hat{C}}$

Окончание таблицы 3

Показатели	Формула для расчета
4. Производительность труда по прибыли	$\frac{П}{Ч},$ где $П$ – прибыль, млн р.
5. Трудоемкость товарооборота	$\frac{\times}{\partial}$
6. Уровень расходов на заработную плату, %	$\frac{\partial \zeta \dot{\Gamma}}{\partial} \cdot 100,$ где $\Phi З П$ – фонд заработной платы работников торговли, млн р.
7. Трудоотдача	$\frac{\partial}{\partial \zeta \dot{\Gamma}}$
8. Доля расходов на оплату труда в чистой продукции	$\frac{POT}{ЧП} \cdot 100,$ где POT – расходы на оплату труда, млн р.
9. Чистая продукция на один рубль расходов на оплату труда	$\frac{ЧП}{POT}$
10. Вооруженность основными средствами	$\frac{\hat{I} \hat{N}_{\partial}}{\times},$ где OOC_m – среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.
11. Средняя заработная плата	$\frac{\Phi З П}{Ч}$
12. Средний доход одного работника	$\frac{\partial \zeta \dot{\Gamma} + \hat{A}}{\times},$ где B – выплаты работникам, не включенные в фонд заработной платы, млн р.

Факторы, определяющие рост и снижение производительности труда, систематизированы на рисунке 18.



Рисунок 18 – Факторы, влияющие на производительность труда

3.3. Оплата труда работников организации

3.3.1. Понятие заработной платы, ее принципы

Заработная плата представляет собой вознаграждение, выплачиваемое за работу по найму, которая выполнена (должна быть выполнена) для работодателя на заранее оговоренных условиях и, как правило, в денежной форме.

Заработную плату часто отождествляют с ценой рабочей силы. Для работника стоимость его рабочей силы определяется, как минимум, стоимостью предметов потребления и услуг, которые обеспечивают воспроизводство рабочей силы, удовлетворяя физические и духовные потребности работника и членов его семьи. Для работодателя стоимость рабочей силы определяется величиной затрат на рабочую силу, которую он может себе позволить, чтобы гарантировать возмещение потребляемых в процессе производства средств производства и получение общественно необходимой прибыли. Максимальный объем средств, который работодатель может потратить на оплату труда работников, представляет для него разницу между доходом от

реализации продукции, минус материальные затраты, и массой прибыли, которую должны принести ему вложенные средства, исходя из сложившейся нормы прибыли, которую приносит данный вид предпринимательской деятельности.

Заработная плата тесно связана со сложностью выполняемой работы и уровнем квалификации работника. Чем сложнее выполняемая работа, тем больше она требует знаний, опыта, умений и тем более высокий размер заработной платы должен быть у работника, ее выполняющего.

Принципы оплаты труда работников следующие:

- равная оплата за равный труд;
- стимулирование более производительной и качественной работы;
- оплата труда на уровне, обеспечивающем воспроизводство рабочей силы соответствующего уровня квалификации;
- дифференциация оплаты труда с учетом сложности, характера и содержания труда у рабочих, технических исполнителей, руководителей, специалистов.

3.3.2. Государственное регулирование оплаты труда. Тарифная система оплаты труда

Основой для дифференциации заработной платы работников разной квалификации и гарантии определенной части заработка является республиканская тарифная система. В Республике Беларусь на сегодняшний день тарифная система носит рекомендательный характер для коммерческих организаций.

Тарифная система представляет собой совокупность нормативных актов, регулирующих размер заработной платы различной категории работников в зависимости от тяжести, сложности, интенсивности труда и уровня квалификации работников.

Тарифная система включает следующие элементы (рисунок 19):

- Тарифную ставку первого разряда.
- Единую тарифную сетку (ЕТС).
- Должностные оклады служащих и тарифные ставки рабочих.
- Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих (ЕТКС). Содержит тарифно-квалификационные характеристики работ и профессий рабочих, сгруппированные в разделы по видам производств и работ.
- Единый квалификационный справочник должностей служащих (ЕКСД). Каждый выпуск ЕКСД представляет собой характерный для той или иной отрасли (вида деятельности) перечень квалификационных характеристик должностей руководителей, специалистов и других служащих.

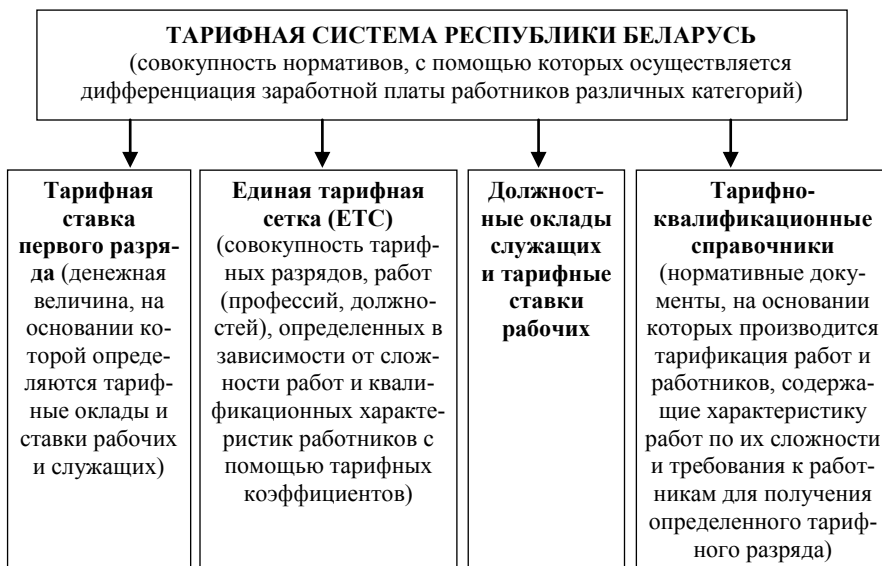


Рисунок 19 – Тарифная система оплаты труда в Республике Беларусь

Тарифная система по сути является основой социальных стандартов (государственных гарантий) в области оплаты труда, к которым относятся минимальная заработная плата, тарифная ставка первого разряда, ЕТС, компенсирующие выплаты.

Тарифная ставка первого разряда устанавливается Советом Министров Республики Беларусь для организаций бюджетной сферы и служит для дальнейшей дифференциации оплаты труда по профессионально-квалификационным группам работающих с использованием тарифных коэффициентов разрядов Единой тарифной сетки. В коммерческих организациях тарифная ставка первого разряда устанавливается самостоятельно в зависимости от их финансового состояния, т. е. от наличия средств.

Единая тарифная сетка содержит шкалу тарифных коэффициентов по разрядам работников отраслей народного хозяйства, куда входит 27 квалификационных разрядов. При этом дифференциация тарифных ставок (окладов) осуществляется по признаку сложности работ и квалификации работников. Рабочие тарифицируются по восьми разрядам, служащие с 5-го по 23-й.

На основе ЕТС определяют месячные тарифные ставки (тарифные оклады). В случае необходимости установления часовых тарифных ставок для оплаты труда рабочих они рассчитываются путем деления месячной тарифной ставки на среднемесячное количество рабочих часов.

Тарифный оклад (ставка) по ЕТС является той базой, от которой происходит отчет всех повышений, составляющих в итоге сумму должностного оклада служащего и тарифной ставки рабочего.

Формула расчета тарифного оклада (тарифной ставки) по Единой тарифной сетке следующая:

- *Тарифный оклад (тарифная ставка) по ЕТС* – это произведение тарифной ставки первого разряда, тарифного коэффициента и коэффициента повышения по технологическим видам работ, видам деятельности, отраслям.

- *Должностной оклад служащего (тарифная ставка рабочего)* – это тарифная составляющая заработной платы. Тарифная часть состоит из тарифного оклада или ставки, рассчитанных по ЕТС, сумм повышений, предусмотренных Рекомендациями по определению тарифных ставок (окладов) работников коммерческих организаций и порядке их повышения, утвержденными постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 11 июля 2011 г. № 67, и сумм повышений, предусмотренных иными актами законодательства (рисунок 20).

Таким образом, *должностной оклад (тарифная ставка)* – это произведение тарифного оклада (ставки) по ЕТС, повышения от 0 до 300% и повышения по другим актам законодательства.

Наниматель с учетом финансового состояния организации может устанавливать работникам повышения их тарифных ставок (окладов), а также сдельных расценок до 300% включительно. Основаниями для этого могут стать:

- категория;
- производственная должность (профессия) «старший»;
- сложность, характер и ответственность работ;
- участие в проектах;
- новые технологии, вклад;
- стаж и др.

$\begin{aligned} &\text{Должностной оклад служащего} = \\ &= \text{Тарифный оклад} + \text{Тарифный оклад} \times \\ &\times \text{Повышение в диапазоне 0–300\%} + \\ &+ \text{Тарифный оклад} \cdot \text{Повышение} \\ &\text{по актам законодательства} \end{aligned}$	$\begin{aligned} &\text{Тарифная ставка рабочего} = \\ &= \text{Тарифная ставка по ЕТС} + \text{Тарифная} \\ &\text{ставка по ЕТС} \cdot \text{Повышение в диапазо-} \\ &\text{не 0–300\%} + \text{Тарифная ставка по ЕТС} \times \\ &\times \text{Повышение по актам законодательства} \end{aligned}$
<p><i>Повышение в диапазоне 0–300% (пункт 5 Рекомендаций по определению тарифных ставок (окладов) работников коммерческих организаций и порядке из повышения)</i></p> <p>Наниматель с учетом финансового состояния организации может устанавливать работникам повышения их тарифных ставок (окладов), а также сдельных расценок до 300% включительно.</p> <p>Порядок и условия установления повышения предусматриваются в локальном нормативном акте.</p> <p><i>Основания:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • категория; • производственная должность «старший»; • сложность, характер и ответственность работ; • участие в проектах; • новые технологии, вклад; • другие. <p><i>Повышение тарифных ставок (тарифных окладов) по законодательству:</i></p> <p>1. За заключение контракта до 50% – подпункт 2.5 пункта 2 Декрета Президента Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. № 29 (обязательно к применению). Размер повышения определяется по соглашению сторон.</p> <p>2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 9 ноября 1999 г. № 1748 «О дополнительных мерах материального стимулирования высокопроизводительного и качественного труда» пункт 4 – повышение до 10% тарифных ставок и сдельных расценок, до 7% – должностных окладов при соблюдении установленных в пункте условий. Исключительно при условии фактического улучшения эффективности хозяйствования и зарабатывания средств на эти цели соответствующим участком производства</p>	

Рисунок 20 – Формирование должностного оклада (тарифной ставки)

Повышение тарифных ставок (окладов) по законодательству производится в следующих ситуациях:

1. За заключение контракта до 50% согласно Декрету Президента Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. № 29. Размер повышения определяется по соглашению сторон.

2. При условии фактического улучшения эффективности хозяйствования и зарабатывания средств на эти цели соответствующим участком производства постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 ноября 1999 г. № 1748 «О дополнительных мерах материального стимулирования высокопроизводительного и качественного труда» дано право нанимателю устанавливать повышение до 10% тарифных ставок и сдельных расценок, до 7% – должностных окладов при соблюдении установленных в пункте условий.

Для коммерческих организаций ЕТС носит рекомендательный характер. Поэтому нанимателями в этих организациях тарифные ставки (оклады) могут устанавливаться как на основе ЕТС, так и на основе тарифной сетки, самостоятельно разработанной и утвержденной в организации, а так же без применения тарифных сеток. Такие оклады могут устанавливаться в фиксированных суммах, процентах от выручки, процентном соотношении от внешнеторговых сделок, могут быть привязаны к другим валютам и т. д.

Надтарифную часть заработной платы можно условно разделить на две группы – ежемесячное вознаграждение и иные выплаты стимулирующего характера.

Ежемесячное вознаграждение может быть установлено работникам, обеспечивающим реализацию продукции, товаров (работ, услуг), в том числе на экспорт, снижение запасов готовой продукции, в процентном отношении от выручки, полученной от реализации продукции, товаров (работ, услуг), в действующих ценах, без ограничения его максимальными размерами. Если наниматель решит применять описанную систему в организации, иные выплаты стимулирующего характера (надбавки, премии) не начисляются и не выплачиваются, т. е. применение индивидуального вознаграждения и иных мер стимулирующего характера работнику взаимно исключают друг друга.

К *иным выплатам стимулирующего характера* относятся надбавки и премии за производственные результаты. Таким образом, средняя заработная работников организаций Республики Беларусь выглядит так, как представлено на рисунке 21.

Тарифная часть – должностной оклад (тарифная ставка)			Надтарифная часть – выплаты стимулирующего характера	
Тарифный оклад (ставка) по ЕТС	Повышения по рекомендациям (0–300%)	Повышения по другим актам законодательства	Сумма надбавок	Сумма премии за производственные результаты
			или	
Тарифная ставка первого разряда – размер по решению нанимателя			Ежемесячное вознаграждение	

Рисунок 21 – Структура заработной платы работников Республики Беларусь

3.3.3. Формы и системы оплаты труда. Организация оплаты труда работников торговли

Традиционно выделяют две формы оплаты труда – сдельную и повременную. Каждая из этих форм подразделяется на несколько

систем, позволяющих учесть особенности организации и условия труда на конкретных участках работы.

Повременная форма оплаты труда предусматривает оплату труда исходя из установленных должностных окладов или тарифных ставок с учетом фактически отработанного времени.

Различают простую повременную и повременно-премиальную системы оплаты труда (рисунок 22).

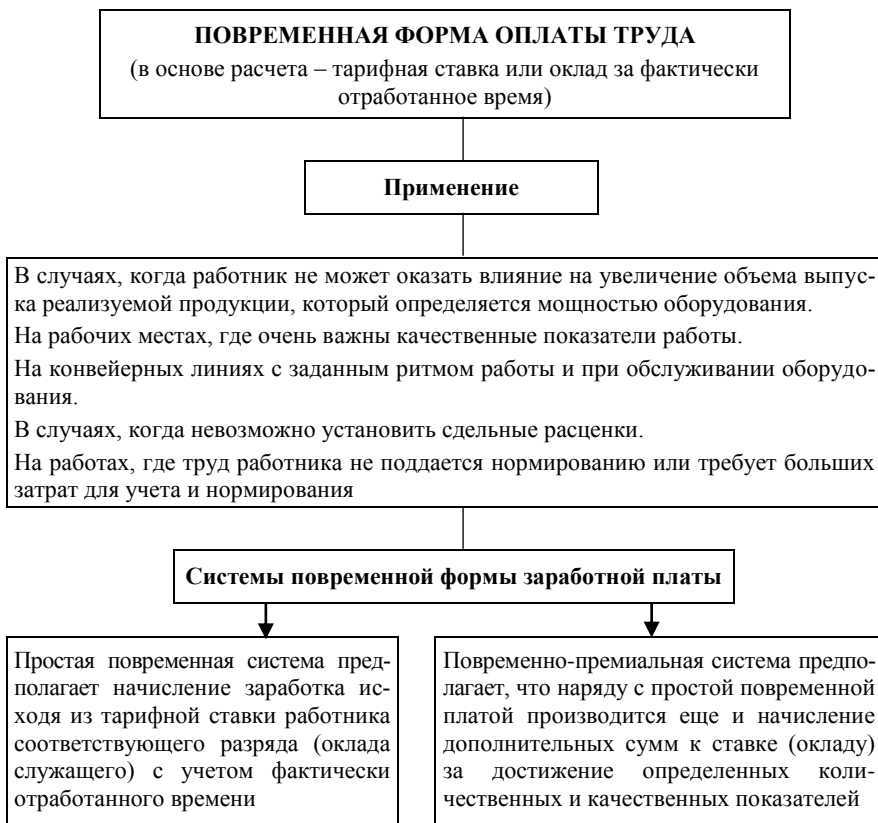


Рисунок 22 – Повременная форма оплаты труда

Сдельная форма оплаты труда предусматривает оплату труда за выполнение определенного объема работ по установленным сдельным расценкам (рисунок 23).

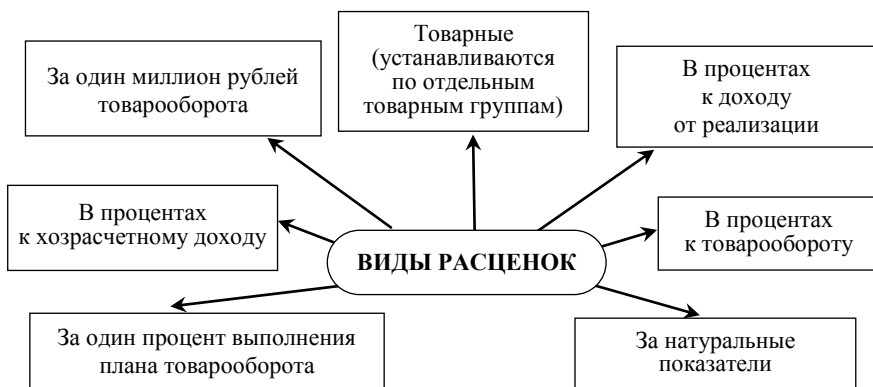


Рисунок 23 – Сдельные расценки, применяемые в торговле

Различают следующие системы сдельной оплаты труда (рисунок 24). Простая сдельная оплата труда означает оплату труда по неизменной расценке за фактически выполненный объем работ. Сдельно-премиальная система оплаты труда предусматривает выплату наряду с заработком по сдельной расценке также премии за соответствующие количественные и качественные показатели в работе.

Выделяют также сдельно-прогрессивную оплату труда, когда начисление заработка проводится по стабильной расценке за объем работы в пределах трудовой нормы и по повышенной расценке за объем работы, превышающий норму выработки.

Сдельная оплата всегда строится на основе повременной.

При оплате труда работников розничной торговли применяется сдельно-премиальная система, что позволяет в определенной степени стимулировать рост производительности труда на основе интенсификации и лучшей организации труда, а также более объективно учесть трудовые затраты. Она предусматривает выплату сдельного заработка и премий. Условиями выплаты премии (показателями премирования), как правило, являются степень выполнения плана, рост объема работы по сравнению с соответствующим периодом предшествующего года и т. д.

Различают несколько видов премий:

- текущее премирование (стимулирует результаты работы);
- премирование по результатам работы за год (труд в пределах одной системы и личный вклад работника в результаты хозяйственной деятельности);
- единовременное премирование (предполагает выполнение отдельных заданий и т. д.).

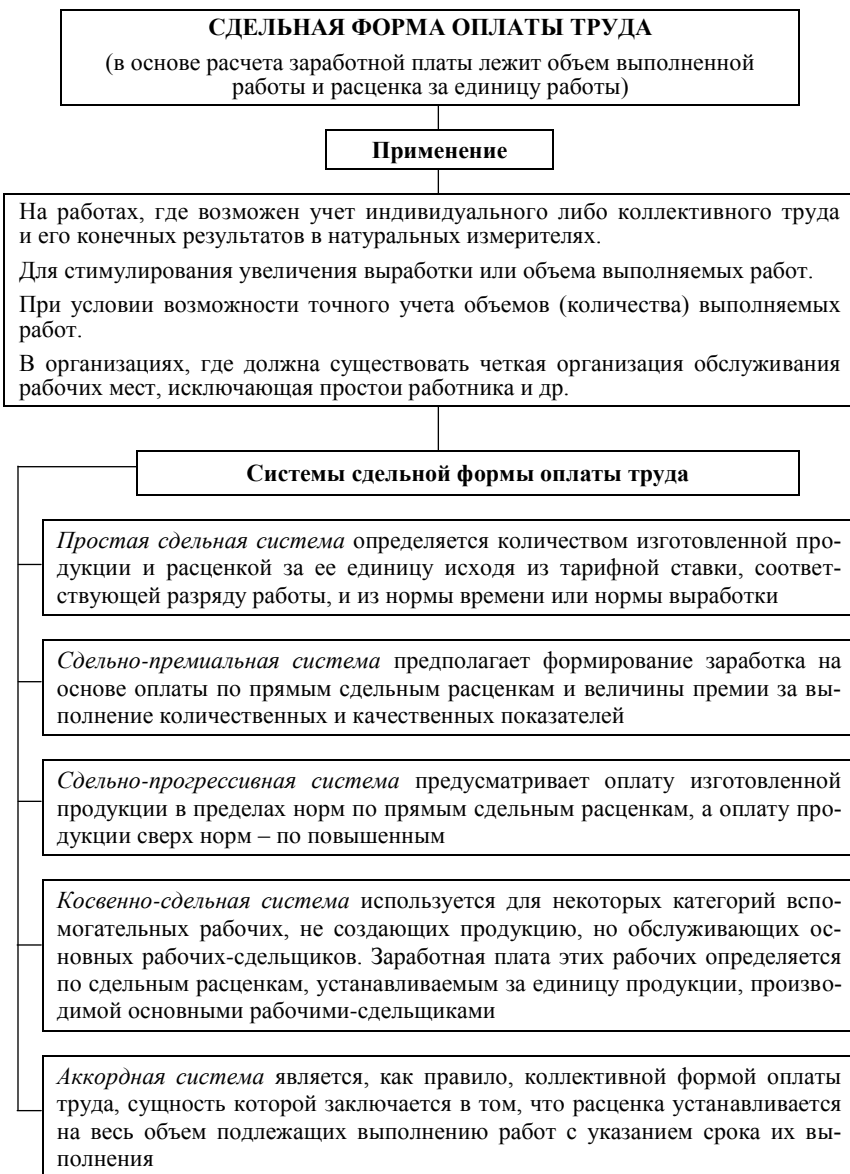


Рисунок 24 – Схема сдельной формы оплаты труда

Наиболее применимы на практике расценки в процентах к товарообороту. Они обеспечивают рост заинтересованности у работников в увеличении объемов деятельности торговой организации.

Расценки могут быть как индивидуальные, так и коллективные.

Индивидуальная расценка определяется по формуле

$$D_{\text{и\ddot{a}}} = \frac{\dot{O}\tilde{N}}{\dot{O}\ddot{r}_{1\delta}} \cdot 100,$$

где $P_{\text{инд}}$ – индивидуальная расценка, %;

$ТС$ – тарифная ставка работника, тыс. р.;

$T_{пл1p}$ – план товарооборота на месяц в среднем на одного работника, тыс. р.

Коллективная расценка рассчитывается следующим образом:

$$D_{\text{к\ddot{e}}} = \frac{\sum \dot{O}\tilde{N}}{\dot{O}\ddot{r}} \cdot 100,$$

где $P_{\text{кол}}$ – коллективная расценка, %;

$\sum ТС$ – сумма тарифных ставок работников торгового объекта (отдела, секции), тыс. р.;

$T_{пл}$ – план товарооборота на месяц по торговому объекту (отделу, секции), тыс. р.

Умножив полученную расценку на фактический товарооборот (выработку) и разделив на 100%, определяют сумму заработка, которую затем распределяют между членами трудового коллектива. Дифференциация работников по квалификации достигается в результате использования тарифных ставок работников как основы при начислении сдельного заработка.

Кроме премий, в составе заработной платы присутствуют также компенсационные (доплаты) и стимулирующие (надбавки) выплаты (рисунки 25).

Коммерческие организации могут применять также нестандартные гибкие системы оплаты труда в рамках как повременной, так и сдельной формы оплаты труда:

- оплата труда по результатам, т. е. размер заработной платы работника поставлен в прямую зависимость от производительности его труда (аккордная, штучная, в процентах от выручки и др.);

- бонусная, при которой в случае выполнения рабочей программы (задания) за определенный период времени сверх основной (базовой) заработной платы работнику выплачивается дополнительное вознаграждение (бонусы);

- комиссионная, которая предполагает установление работнику основной (базовой) заработной платы и выплату ему надбавки в зависимости от квалификации и сложности выполняемых им работ, достигнутого уровня производительности труда, выполнения установленных норм выработки, объемов реализованной продукции (работ, услуг), поступившей выручки и других показателей;

- дополнительно-премиальная, при которой работнику помимо его основной (базовой) заработной платы производится выплата премии в зависимости от уровня выполнения установленных ему и (или) коллективу заданий (показателей).

Кроме этого в организациях могут применяться такие виды гибких систем оплаты труда, как оплата труда на основе «плавающих» окладов, на основе грейдов (рангов) и др.



Рисунок 25 – Структура заработной платы работника

3.4. Методика анализа показателей по труду и заработной плате

К показателям по труду и заработной плате можно отнести следующее:

- численность работников;
- фонд заработной платы;
- средняя заработная плата;
- производительность труда.

3.4.1. Оценка численности и состава кадров торговой организации

Важный фактор успешного развития организации – обеспеченность трудовыми ресурсами, количественный и качественный состав кадров, их рациональное использование, расстановка по рабочим местам в соответствии с профессией и квалификацией, эффективность организации труда и полнота использования рабочего времени.

Целью анализа численности и состава кадров торговой организации является выявление внутренних резервов экономии рабочей силы в связи с более рациональной расстановкой работающих, их загрузкой и использованием в соответствии с полученной профессией, специальностью и квалификацией.

К задачам анализа можно отнести:

- оценку выполнения плана по численности и составу кадров;
- определение рациональности использования рабочей силы;
- исследование правильности расстановки работников по рабочим местам;
- изучение качества подготовки и повышения квалификации работников, движения рабочей силы и причин его возникновения.

К информационной базе анализа можно отнести формы 1-т «Отчет по труду» (годовая), 12-т «Отчет по труду и движению работников» (месячная), 6-т кадры «Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров» (составляется 1 раз в 2 года) и 72-к (потребсоюз).

В процессе анализа устанавливается:

- соответствие фактической среднесписочной численности работников, предусмотренной в штатном расписании;
- динамика численности работников в сравнении с динамикой товарооборота;
- движение и текучесть рабочей силы в отчетном периоде;
- изменения в профессионально-квалификационном составе;
- использование календарного фонда рабочего времени;
- влияние на изменение численности работников внедрения мероприятий научной организации труда.

Относительный излишек (недостаток) численности работников определяется путем сопоставления фактической численности с плановой (базисной), скорректированной на рост розничного товарооборота, по формуле

где $\Delta \mathcal{C}_{отн}$ – относительный излишек (недостаток) численности работников;

Ch_0 – среднесписочная численность работников торговли базисного периода;

Движение кадров характеризуют следующие показатели:

- коэффициент по приему (увольнению) кадров, рассчитываемый по формуле

- коэффициент общего оборота кадров, определяемый следующим образом:

2. Коэффициент текучести кадров, который вычисляется по формуле

3. Коэффициент постоянства кадров, расчет которого ведется по следующей формуле:

51

3.4.2. Методика анализа фонда заработной платы

Фонд заработной платы представляет собой сумму всех расходов организации на оплату труда, как в денежной, так и в натуральной форме независимо от источников финансирования выплат.

Источниками формирования фонда заработной платы являются:

1. Средства на оплату труда, включаемые в расходы на реализацию по статье «Расходы на оплату труда».
2. Расходы на оплату труда в составе прочих расходов организации.
3. Прибыль, остающаяся в распоряжении организации после уплаты налогов и направляемая на личное потребление работников в виде денежных выплат и поощрений, трудовых и социальных льгот (рисунок 26).



Рисунок 26 – Состав и источники формирования фонда заработной платы

Основные задачи анализа фонда заработной платы – изучение его состава и динамики, выявление изменений показателей, происшедших в отчетном периоде, и причин, их обусловивших, определение влияния факторов на изменение фонда заработной платы, изучение

направлений расходования и комплексная оценка эффективности его использования.

В процессе анализа устанавливается:

1. Сопоставление фактического уровня фонда заработной платы с плановым или базисным. Уровень фонда заработной платы определяется процентным отношением его суммы к товарообороту.

2. Сумма относительной экономии (перерасхода) фонда заработной платы путем умножения изменения уровня фонда заработной платы на фактический товарооборот и деления на 100.

3. Средняя заработная плата путем деления фонда заработной платы без заработной платы работников, не состоящих в штате организации, принятых на работу по совместительству и работающих по договору подряда, на среднесписочную численность работников.

4. Соотношение темпов роста производительности труда торговых работников с темпом роста средней заработной платы.

Основными факторами, влияющими на изменение фонда заработной платы, являются численность работников и средняя заработная плата.

Влияние изменения численности работников на фонд заработной платы устанавливается по следующей формуле:

$$\Delta \hat{O} \zeta \ddot{I} \div = (\times_1 - \times_0) \cdot \overline{\zeta \ddot{I}}_0,$$

где $\Delta \hat{O} \zeta \ddot{I} \div$ – изменение фонда заработной платы за счет изменения численности работников, млн р.;

$\zeta \ddot{I}_1$ – среднесписочная численность работников отчетного периода;

$\zeta \ddot{I}_0$ – среднесписочная численность работников базисного периода;

$\overline{\zeta \ddot{I}}_0$ – среднегодовая заработная плата базисного периода.

Влияние изменения средней заработной платы работников на расходы на оплату труда определяется по формуле

$$\Delta \hat{O} \zeta \ddot{I} \overline{\zeta \ddot{I}} = (\overline{\zeta \ddot{I}}_1 - \overline{\zeta \ddot{I}}_0) \cdot \times_1,$$

где $\Delta \hat{O} \zeta \ddot{I} \overline{\zeta \ddot{I}}$ – изменение фонда заработной платы за счет изменения среднегодовой заработной платы, млн р.;

$\overline{\zeta \ddot{I}}_1$ – среднегодовая заработная плата отчетного периода, млн р.;

Также важными факторами являются производительность труда и объем розничного товарооборота, влияние которых определяется методом цепных подстановок по формуле

$$\dot{\partial}_{\zeta\dot{\Gamma}} = \frac{\dot{\partial}}{\dot{\Gamma}\dot{\partial}} \cdot \overline{\zeta\dot{\Gamma}},$$

где T – розничный товарооборот, млн р.;

$\overline{ПТ}$ – производительность труда торговых работников, млн р.;

$\overline{ЗП}$ – среднегодовая заработная плата, млн р.

На динамику фонда заработной платы влияет соотношение темпов роста производительности труда и средней заработной платы, которое рассчитывается следующим образом:

$$\Delta \dot{\partial}_{\zeta\dot{\Gamma}} = \frac{\Delta \dot{\partial}_{\dot{\Gamma}\dot{\partial}} - \Delta \dot{\partial}_{\zeta\dot{\Gamma}}}{100 + \Delta \dot{\partial}_{\dot{\Gamma}\dot{\partial}}} \cdot \dot{\partial}_{\zeta\dot{\Gamma}0},$$

где $\Delta U\phi_{ЗП}$ – размер изменения уровня фонда заработной платы за счет соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы, %;

$\Delta T_{пт}$ – темп прироста производительности труда, %;

$\Delta T_{ЗП}$ – темп прироста средней заработной платы, %;

$U\phi_{ЗП0}$ – уровень фонда заработной платы предшествующего года, %.

Для оценки влияния эффективности труда и фонда заработной платы на рентабельность продаж необходимо использовать следующие показатели:

- производительность труда по товарообороту;
- производительность труда по прибыли;
- уровень расходов на оплату труда;
- трудоемкость оборота;
- средняя заработная плата.

В процессе анализа следует изучить динамику представленных показателей.

Для расчета влияния этих показателей на рентабельность продаж используется следующая модель:

$$\frac{\dot{I}}{\dot{\partial}\dot{\partial}\dot{\Gamma}} = \frac{\dot{I}}{\times} \cdot \frac{\times}{\dot{\partial}\dot{\partial}\dot{\Gamma}} \cdot \frac{\dot{\partial}\zeta\dot{\Gamma}}{\dot{\partial}\dot{\partial}\dot{\Gamma}} \cdot \frac{\dot{\partial}\dot{\partial}\dot{\Gamma}}{\times} : \frac{\dot{\partial}\zeta\dot{\Gamma}}{\times} = \dot{I}\dot{\partial}\dot{\Gamma} \cdot \dot{\partial}\dot{\Gamma} \cdot \dot{\partial}\dot{\Gamma} \cdot \dot{\partial}\dot{\Gamma} : \overline{\zeta\dot{\Gamma}},$$

где Π – прибыль от реализации товаров, млн р.;

PTO – розничный товарооборот, млн р.;

$Ч$ – среднесписочная численность работников, чел.;
 $\Phi ЗП$ – фонд заработной платы, млн р.;
 $ПТп$ – производительность труда по прибыли, млн р.;
 $ТЕ$ – трудоемкость товарооборота, млн р.;
 $Уф_{зп}$ – уровень расходов по оплате труда, млн р.;
 $ПТрто$ – производительность труда по товарообороту, млн р.;
 $\overline{ЗП}$ – среднегодовая заработная плата, млн р.

3.4.3. Анализ производительности и эффективности труда работников

Основными задачами анализа производительности труда торговых работников являются:

- изучение выполнения плана и динамики производительности труда;
- сравнение темпов роста производительности труда с темпами роста товарооборота, средней заработной платы и численности торговых работников;
- определение влияния на результаты хозяйственной деятельности изменения производительности труда и численности торговых работников;
- выявление и расчет основных факторов, влияющих на изменение производительности труда;
- выявление резервов повышения производительности труда.

Сравнение темпов роста производительности труда с темпами роста других показателей проводится следующим образом:

$$Tnm_n > Tnm_{чп} > Tnm_m > \dot{\overline{C\bar{I}}} > 100,$$

где Tnm_n – темп роста производительности труда по прибыли, %;
 $Tnm_{чп}$ – темп роста производительности труда по чистой продукции, %;
 Tnm_m – темп роста производительности труда по товарообороту, %;
 $\dot{\overline{C\bar{I}}}$ – темп роста средней заработной платы, %.

Изучение показателей производительности труда увязывается с расчетом их влияния на прирост товарооборота. Прирост розничного товарооборота за счет численности работников и производительности их труда может быть определен двумя способами. Первый способ основан на расчете абсолютных величин.

Влияние изменения численности торговых работников на изменение розничного товарооборота организации определяется по формуле

$$\Delta \dot{O} \div = (\times_1 - \times_0) \cdot \dot{I} \dot{O}_0,$$

где $\Delta T\dot{O}$ – изменение розничного товарооборота за счет изменения численности торговых работников, млн р.;

$ПТ_0$ – производительность труда базисного периода, млн р.

Влияние изменения производительности труда на прирост розничного товарооборота определяется по формуле

$$\Delta \dot{O} \dot{I} \dot{O} = (\dot{I} \dot{O}_1 - \dot{I} \dot{O}_0) \cdot \times_1,$$

где ΔTnm – изменение розничного товарооборота за счет изменения производительности труда, млн р.;

$ПТ_1$ – производительность труда отчетного периода, млн р.

Второй способ основан на определении значимости влияния факторов и для его можно представлять в виде формулы

$$\dot{A} \dot{I} \dot{O} = \left(1 - \frac{\dot{O} \div}{\dot{O} \dot{O}} \right) \cdot 100,$$

где $\dot{D}nm$ – доля прироста товарооборота за счет изменения производительности труда, %;

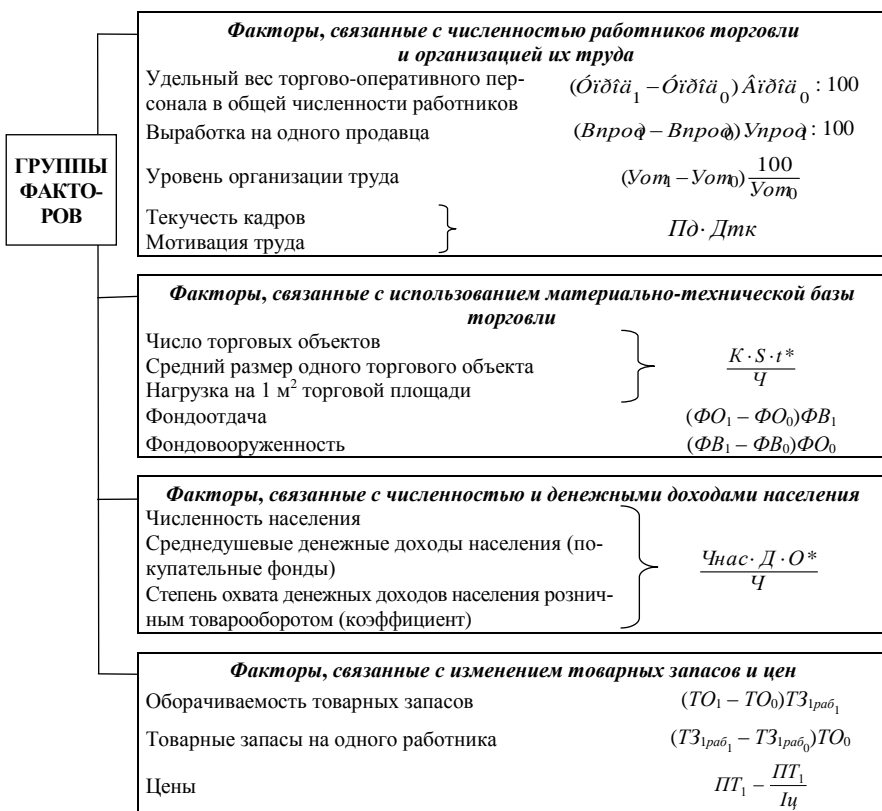
Tm – темп прироста товарооборота в сопоставимых ценах, %;

$T\dot{O}$ – темп прироста численности работников, %.

Факторы, влияющие на производительность труда, по организационно-техническому и социально-экономическому содержанию могут быть разделены на группы, связанные:

- с численностью торговых работников и организацией их труда;
- с использованием материально-технической базы торговых организаций;
- с изменением товарной массы и ее структуры;
- с численностью населения, обслуживаемого торговой организацией, и его денежными доходами;
- с материальным и моральным стимулированием труда работников торговли.

Методика расчета влияния отдельных факторов отражена на рисунке 27.



Условные обозначения:

Ч – среднесписочная численность работников; $\nabla\text{прод}$ – удельный вес продавцов в общей численности; $\nabla\text{прод}$ – выработка на одного продавца; Уот – уровень организации труда (определяется отношением используемого рабочего времени к совокупному фонду рабочего времени); Пд – среднедневная производительность труда; Дтк – количество потерянных дней в связи с текущностью кадров; K – число торговых объектов; S – средний размер одного торгового объекта, м²; t – нагрузка на 1 м² торговой площади; ΦO – фондоотдача; ΦB – фондовооруженность; Чнас – численность населения; Д – среднедушевые денежные доходы населения; О – степень охвата денежных доходов населения розничным товарооборотом; ТО – оборачиваемость товарных запасов (оборотов); $\text{ТЗ}_{1\text{раб}}$ – товарные запасы на одного работника; ПТ – производительность труда торговых работников; $\text{И}_\text{ц}$ – индекс цен.

Примечание – В формулах, обозначенных звездочкой, применяется метод цепных подстановок.

Рисунок 27 – Факторы роста производительности труда работников торговли

3.5. Планирование показателей по труду и заработной плате

3.5.1. Планирование численности работников

План по труду является составной частью плана хозяйственной деятельности торговой организации. В нем предусматривается потребность в кадрах для выполнения намеченных объемов деятельности и сумма расходов на оплату труда работников (рисунок 28).



Рисунок 28 – Этапы разработки плана по труду и заработной плате

Разработка плана предусматривает определение среднесписочной численности работников и составление штатного расписания по каждой отрасли деятельности и структурному подразделению.

Штатное расписание предусматривает перечень должностей, количество работников на каждой должности, должностной оклад (тарифную ставку), надбавки, фонд заработной платы по окладам и тарифным ставкам.

При составлении штатного расписания на планируемый год исходят из сложившейся численности и структуры штатов, учитывают прогнозируемые объем и структуру товарооборота, изменения в со-

стоянии материально-технической базы, режиме работы, организации товароснабжения и др.

Непосредственно расчеты численности на планируемый период в торговле могут быть произведены с использованием укрупненных методов:

- во-первых, прямым счетом как отношение планового объема товарооборота к плановой величине производительности труда;
- во-вторых, индексным методом, для чего вначале устанавливается индекс планового изменения (роста или уменьшения) численности работающих, который вычисляется как отношение темпа планового роста товарооборота к темпу планового роста производительности труда.

Работа торгово-оперативного персонала выполняется на конкретных рабочих местах. По этой причине плановая численность торгово-оперативного персонала заключается в составлении перечня рабочих мест и определении потребности в работниках для каждого из них по следующей формуле:

$$\times_{\partial} = \dot{A} \cdot \tilde{N} \cdot \hat{E}_{\dot{y}},$$

где \dot{C}_p – списочная численность работников, чел.;

\dot{A} – число рабочих мест;

\dot{C} – число смен в сутки;

\dot{K}_y – коэффициент перехода от явочного числа рабочих к списочному.

При расчете плановой численности руководителей и специалистов следует руководствоваться регламентирующими ее нормативными документами. В частности, в системе потребительской кооперации установлены нормативы нагрузки в расчете на одного работника, например:

- на руководителя и специалиста (по совокупному объему деятельности) – не менее 150 млн р.
- на продавца (по розничному товарообороту) – не менее 50 млн р.

На основе штатной потребности можно рассчитывать дополнительную потребность в кадрах по специальностям и должностям. Расчет проводят по уровням образования, используя следующую формулу:

$$ПД = Ш + В - \Phi - ПК,$$

где $ПД$ – дополнительная потребность в кадрах, чел.;

$Ш$ – штатная потребность в кадрах, чел.;

$В$ – ожидаемое выбытие кадров, чел.;

Φ – наличие кадров фактически, чел.;

$ПК$ – ожидаемое прибытие кадров из учебных заведений по переводам с других должностей, чел.

Экономическую обоснованность прогнозных расчетов среднесписочной численности работников необходимо проверить с учетом обеспечения оптимального соотношения между темпами роста товарооборота, численности работников и производительности труда. Также прогноз численности работников должен быть увязан с планированием средств на оплату труда.

3.5.2. Планирование фонда заработной платы

Планирование фонда заработной платы производится по отраслям деятельности и структурным подразделениям по статьям сметы:

1. Заработная плата по должностным окладам и тарифным ставкам. Плановая сумма определяется путем умножения окладов (тарифных ставок) по каждой категории работников на их численность по штатному расписанию.

2. Заработная плата по сдельным расценкам. Плановая сумма определяется путем умножения планового объема розничного товарооборота (доходов) на процент сдельных расценок.

3. Доплаты за совмещение профессий, расширение зон обслуживания рассчитываются исходя из количества работников, получающих эти доплаты, и размеров доплат, предусмотренных в коллективном договоре или контракте.

4. Фонд заработной платы несписочного состава определяется на основе договоров (трудовых соглашений), заключаемых с лицами, не состоящими в штате организации.

5. Выплаты компенсирующего характера – доплаты за работу во вредных условиях и в ночное время определяются исходя из количества работников, получающих эти доплаты, а также размеров доплат, предусмотренных в коллективном договоре или контракте. Доплаты за работу в праздничные и выходные дни определяются исходя из количества работников, предусмотренного в графиках выхода на работу в эти дни. Следует учитывать, что оплата труда в такие дни предусматривается не ниже, чем в двойном размере.

6. Выплаты стимулирующего характера (премии за основные результаты хозяйственной деятельности, надбавки за профмастерство, высокие достижения в труде, сложность и напряженность работы, стаж и др.).

7. Оплата за неотработанное время. Основное место среди этих выплат занимает оплата отпускных.

Расходы на заработную плату, предоставление трудовых и социальных льгот, финансируемые из прибыли, должны предусматри-

ваться в смете расходования фонда потребления исходя из заключенного трудового договора и прогнозируемой величины прибыли.

Кроме метода прямого счета при планировании фонда заработной платы могут быть использованы нормативный метод и экономико-статистические методы.

Нормативный метод планирования фонда заработной платы основан на установлении норматива прироста заработной платы на 1% прироста товарооборота. Рекомендуемая величина данного соотношения колеблется в размере 0,5–0,8% в зависимости от целей и условий хозяйственной деятельности, наличия средств.

Так, например, если на планируемый год заложен прирост розничного товарооборота в 4%, то планируемый прирост фонда заработной платы составит 3,2% ($4 \cdot 0,8$).

К нормативному методу также можно отнести практикуемое в потребительской кооперации достижение нормативного уровня расходов на оплату труда в процентах к розничному товарообороту.

К экономико-статистическим методам планирования фонда заработной платы относятся:

1. Расчет фонда заработной платы исходя из его сложившегося уровня в процентах к товарообороту за ряд предшествующих лет (скользящая средняя).

2. Расчет фонда заработной платы на основе планируемой численности работников и фактической средней заработной платы одного работника за текущий год:

$$\hat{\phi}\hat{\zeta}\hat{\iota} = \overline{\zeta\hat{\iota}} \cdot \times\hat{\iota} \cdot I\hat{\zeta},$$

где $\phi\hat{\zeta}\hat{\iota}$ – планируемый фонд заработной платы, млн р.;

$\overline{\zeta\hat{\iota}}$ – фактическая среднегодовая заработная плата одного работника за отчетный (текущий) год, млн р.;

$\chi\hat{\iota}$ – планируемая среднесписочная численность работников организации, чел.;

$I\hat{\zeta}$ – предполагаемый индекс роста средней заработной платы в планируемом периоде.

Обоснованность плановых расчетов подтверждается обеспечением более высоких темпов роста производительности труда по сравнению с темпами роста средней заработной платы.

Тема 4. ИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

4.1. Понятие и структура имущества организации, его роль в повышении ее конкурентного статуса

Для осуществления процесса производства и реализации продукции необходимо взаимодействие двух важнейших факторов: средств производства и реализации и рабочей силы.

В организациях, которые осуществляют и производственную, и торговую деятельность средства производства и реализации подразделяются следующим образом:

- на средства труда (машины, оборудование), с помощью которых люди воздействуют на предметы труда (сырье, материалы);
- на средства обращения и реализации (готовая продукция и товарные запасы).

Таким образом, классификация средств организаций торговли на средства труда, предметы труда и средства реализации основана на характере их участия в процессе производства и реализации товаров. В зависимости от времени этого участия они подразделяются:

- на долгосрочные средства, или недвижимое имущество;
- на краткосрочные средства, или движимое имущество.

Схематично структуру имущества организации можно представить в виде рисунка 29.

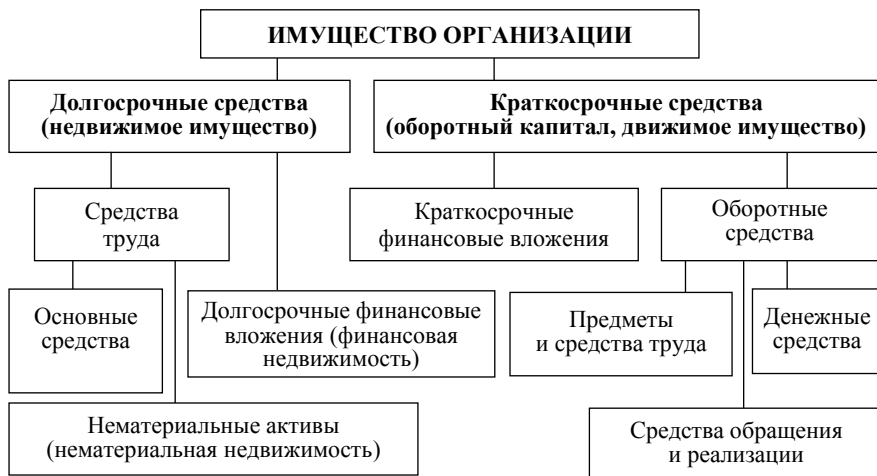


Рисунок 29 – Структура имущества организации

Таким образом, *имущество организации* – это совокупность средств, способствующих производству и реализации продукции, товаров и услуг или капитал, приносящий доход.

Часть имущества со сроком использования более года представляет собой *долгосрочные активы (недвижимость)* и подразделяется на материальную, нематериальную и финансовую.

Материальная недвижимость представляет собой основные средства организации.

К *нематериальной недвижимости* относятся имущественные права организации со сроком более года (права на интеллектуальную собственность, природные ресурсы и прочие приобретенные права).

Финансовая недвижимость представляет собой часть имущества, которая передана третьим лицам на длительный срок с целью получения дохода (вклады в уставные фонды других организаций, имущество сданное в долгосрочную аренду, выданные долгосрочные кредиты, участие организации в собственном капитале финансово-кредитных групп).

Краткосрочные средства, или оборотный капитал, – часть имущества организации с циклом оборота менее года. Оборотный капитал состоит из оборотных средств и краткосрочных финансовых вложений.

Частью оборотного капитала являются *оборотные средства*, которые подразделяются на три части в зависимости от участия в процессе производства и реализации – предметы и средства труда, средства обращения и реализации, денежные средства.

К предметам и средствам труда относятся:

- сырье;
- материалы;
- незавершенное производство;
- тара;
- запасные части;
- малоценный и быстроизнашивающийся инвентарь.

Средствами обращения и реализации считаются:

- готовая продукция;
- товарные запасы;
- дебиторская задолженность («нам должны»);
- авансы и задатки (полученные);

К денежным средствам относят следующее:

- амортизационный фонд;
- средства на расчетном и валютном счетах;
- средства в кассе.

Краткосрочные финансовые вложения включают:

- имущество, переданное в краткосрочную аренду или лизинг;

- объекты интеллектуальной собственности, переданные на срок менее года;
- кредиты, выданные на срок до одного года;
- вложения в ценные бумаги;
- расходы будущих периодов.

4.2. Материально-техническая база организации торговли, ее значение и структура

Материально-техническая база общества представляет собой материальные элементы производительных сил, т. е. средства производства, включающие средства труда.

Совокупность средств труда, функционирующих в торговле в их натурально-вещественной форме, составляют материально-техническую базу торговли.

Материально-техническая база организации торговли служит прежде всего для реализации товаров населению и чем выше ее уровень, тем лучше удовлетворен спрос с одной стороны, а с другой – выше товарооборот и прибыль.

Особую роль материально-техническая база торговли играет в сокращении затрат времени потребителей на покупку товаров.

Основные элементы материально-технической базы – здания торговых объектов, мелкорозничная сеть, автомагазины, складские мощности, холодильники, транспортные средства, оборудование.

Структура материально-технической базы выглядит так, как представлено на рисунке 30.

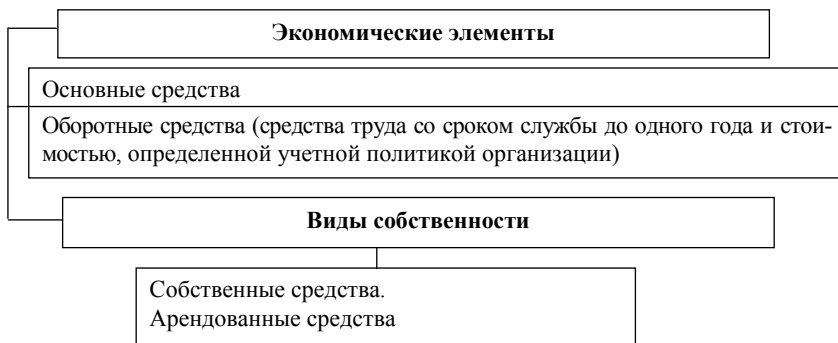


Рисунок 30 – Структура материально-технической базы организации

К современным направлениям развития материально-технической базы торговли можно отнести модернизацию торговой сети, повышение уровня обеспечения населения торговыми площадями, повышение автоматизации труда, повышение эффективности использования торговых и складских площадей.

Основой материально-технической базы являются основные средства.

4.3. Основные средства организации: сущность, классификация, формы учета

Макроэкономическая категория *основные средства* – это часть национального богатства страны, созданная в процессе производства, которая длительное время используется в экономике в натурально-вещественной форме, в результате чего их стоимость переносится на создаваемые товары и услуги.

В соответствии с международными стандартами финансовой отчетности *основные средства* – это материальные активы, срок использования которых превышает один период, предназначенные для производства и поставки товаров и услуг, сдачи в аренду и управленческих целей.

Понятие и критерии отнесения предметов к основным средствам определены Инструкцией по бухгалтерскому учету основных средств, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь № 26 от 30 апреля 2012 г.

Основные средства организации представляют собой совокупность материально-вещественных ценностей, учитывающихся в денежном выражении, использующихся в деятельности организации в течение длительного периода времени (более 12 месяцев) и переносящих свою стоимость постепенно по частям на стоимость реализованных товаров или выполняемых работ и услуг.

Основные средства должны соответствовать следующим критериям:

- иметь натурально-вещественную форму;
- иметь срок службы более года;
- предназначаться для производства и реализации продукции, управленческих нужд и сдачи в аренду;
- иметь способность приносить организации экономическую выгоду в будущем;
- не должны предполагаться для перепродажи в момент приобретения.

До 1 января 2009 г. Правительством Республики Беларусь была установлена норма отнесения предметов к основным фондам (от 30 базовых величин за единицу на момент приобретения или ввода в эксплуатацию).

В настоящее время организации самостоятельно решают вопрос о стоимостном критерии отнесения предметов к основным средствам и отражают это в своей учетной политике. Установленная организацией норма не может превышать 30 базовых величин.

Таким образом, по своей стоимости основные средства меньше, чем стоимостное выражение материально-технической базы, так как в материально-техническую базу включаются предметы со сроком службы до одного года.

Классификация основных средств представлена на рисунке 31.

Функциональное назначение (натурально-вещественный состав) (9 групп)	
Здания. Сооружения. Устройства передаточные. Машины и оборудование. Средства транспортные	Инструмент. Инвентарь и принадлежности. Прочие (сельское и лесное хозяйство). Прочие
Цель использования	
Производственные	Непроизводственные
Отраслевая принадлежность	
Основные средства розничной торговли. Основные средства оптовой торговли	Основные средства общественного питания. Основные средства других отраслей
Степень использования	
В эксплуатации. На консервации	В запасе. На реконструкции
Участие в процессе реализации товаров	
Активная часть	Пассивная часть
Принадлежность организации	
Собственные. Арендованные	Безвозмездно предоставленные

Рисунок 31 – Классификация основных средств

Основные средства оцениваются в бухгалтерском учете по первоначальной, восстановительной и остаточной стоимости.

Первоначальная стоимость – это сумма на покупку основных средств, строительство торгового объекта, установку и монтаж оборудования.

Переоцененная стоимость – это стоимость основных средств по их состоянию на определенную дату в действующих ценах после их переоценки. Для этого на 1 января каждого года производится их переоценка методами прямой оценки, индексным и методом пересчета валютной стоимости.

Наиболее распространен индексный метод. Он предполагает умножение стоимости конкретного объекта основных средств на соответствующий коэффициент. Коэффициенты определяются и публикуются Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь по группам основных средств с учетом уровня инфляции.

Остаточная стоимость основных средств определяется путем вычитания из первоначальной или восстановительной стоимости суммы начисленного за период эксплуатации износа.

Текущая рыночная стоимость основных средств – это сумма денежных средств, которая была бы получена в случае реализации объекта основных средств в текущих рыночных условиях.

У каждого объекта основных средств есть нормативный срок службы и срок полезного использования.

Нормативные сроки службы определены постановлением Министерства экономики Республики Беларусь № 161 от 30 сентября 2011 г. «Об установлении нормативных сроков службы основных средств», а сроки полезного использования определяются каждой организацией самостоятельно с учетом физического и морального износа в пределах нижних и верхних границ нормативных сроков.

Физический износ предполагает потерю основными фондами своих первоначальных качеств, а моральный износ – утрату основными средствами своей первоначальной стоимости до их физического износа.

Как правило, моральный износ обусловлен появлением новой, более производительной техники. Стоимостное выражение износа основных средств называется *амортизацией*.

4.4. Амортизация основных средств, характеристика методов амортизации

Под *амортизацией* понимается процесс возмещения физического и морального износа основных средств путем включения части их стоимости в расходы организации в виде амортизационных отчислений.

Амортизационные отчисления представляют собой денежное выражение стоимости износа основных средств. Они начисляются ежемесячно в размере 1/12 годовой нормы исходя из амортизационной стоимости и годовых норм амортизации, выраженных в процентах.

Амортизационная стоимость – это величина, от которой рассчитываются амортизационные отчисления. Как правило, в качестве амортизационной стоимости используется остаточная стоимость объектов основных средств с учетом переоценки. Она определяется в начале каждого года, как разность между первоначальной или восстановительной стоимостью и суммой, накопленной до этого амортизации.

Согласно инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, утвержденной постановлением Министерства экономики, Министерства финансов, Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь № 37/18/6 от 27 февраля 2009 г. по объектам основных средств, используемых в предпринимательской деятельности, начисление амортизации проводится следующими способами:

- линейным;
- нелинейным;
- производительными.

Способы расчета амортизации основных средств представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Способы амортизации основных средств

Способы	Методика расчета	Условные обозначения
1. Линейный способ	$\dot{I}_{\dot{a}} = \frac{100}{\tilde{N}_{i\dot{e}}};$ $\sum A = \frac{\dot{A}C \cdot \dot{I}_{\dot{a}}}{100}$	H_a – годовая норма амортизации, %; C_{nu} – срок полезного использования, лет; $\sum A$ – годовая сумма амортизации; $\dot{A}C$ – амортизируемая стоимость объекта основных средств
2. Нелинейный способ: 2.1. Прямой метод суммы чисел лет	$\sum \dot{C} = \frac{C_{i\dot{e}} (\tilde{N}_{i\dot{e}} + 1)}{2};$ $\dot{I}_{\dot{a}_1} = \frac{C_{i\dot{e}} \cdot 100}{\sum \times};$	$\sum \dot{C}$ – сумма чисел лет; H_{a_1} – норма амортизации первого года, %; H_{a_2} – норма амортизации второго года, %;

Окончание таблицы 4

Способы	Методика расчета	Условные обозначения
2.2. Обратный метод суммы чисел лет 2.3. Метод уменьшаемого остатка	$\dot{f}_{\dot{a}_2} = \frac{(C_{\dot{r}\dot{e}} - 1)100}{\sum^{\times}};$ $\dot{f}_{\dot{a}_i} = \frac{l' \cdot 100}{\sum^{\times}};$ $\sum \dot{A} = \frac{\dot{\lambda} C \cdot \dot{f}_{\dot{a}}}{100}$	H_{a_n} – норма амортизации последнего года, %; l' – последний год полезного использования
	$\sum A = AC \frac{C_{\dot{r}\dot{e}} - \tilde{N}_{o\dot{r}\dot{e}} + 1}{\sum^{\times}}$	C_{onu} – число лет, остающихся до конца срока полезного использования, лет
	$\dot{f}_{\dot{a}} = \frac{100}{C_{\dot{r}\dot{e}}} \hat{E};$ $\sum \dot{A}_i = \frac{\dot{\lambda} \tilde{N} \cdot \dot{f}_{\dot{a}}}{100};$ $\sum A_2 = \frac{(AC - \sum A_i) H_a}{100};$ $\sum \dot{A}_i = \dot{\lambda} \tilde{N} - \sum \dot{A}_{i\dot{e}}$	K – коэффициент ускорения (от 1 до 2,5); $\sum A_1$ – сумма амортизации первого года; $\sum A_2$ – сумма амортизации второго года; $\sum A_n$ – сумма амортизации последнего года; $\sum A_{nl}$ – сумма амортизации предшествующих лет
3. Производительный способ	$\sum \dot{A}_i = Q_i \frac{\dot{\lambda} C}{Q_{\tilde{n}\dot{r}\dot{e}}}$	$\sum A_i$ – сумма амортизации i -го года; Q_i – прогнозируемый объем производства в i -м году, ед.; Q_{cnu} – прогнозируемый объем производства в течение срока полезного использования объекта основных средств, ед.

Выбор конкретного способа и метода начисления амортизации производится организацией самостоятельно и закрепляется учетной политикой.

Линейный способ предусматривает равномерное по частям начисление амортизации в течение нормативного срока или срока полезного использования основных средств.

При *нелинейном способе* начисление амортизации производится неравномерно по годам в течение срока полезного использования. Этот способ может применяться по машинам, механизмам, оборудованию, оргтехнике, транспортным средствам за исключением машин,

оборудования и транспорта со сроком службы до трех лет, а также за исключением уникальной техники и оборудования, предметов интерьера, отдыха, досуга и развлечений.

Нелинейный способ предполагает три метода расчета:

1. Прямой метод суммы чисел лет (таблица 4, пункт 2.1);
2. Обратный метод суммы чисел лет (таблица 4, пункт 2.2);
3. Метод уменьшаемого остатка (таблица 4, пункт 2.3).

Специальной комиссией в организации устанавливается коэффициент ускорения амортизации в диапазоне 1–2,5 раза при применении метода уменьшаемого остатка.

При *производительном способе* начисление амортизации производится на основании прогнозного объема производства в натуральном выражении по формуле, представленной в пункте 3 таблицы 4.

По объектам основных средств, которые не используются в предпринимательской деятельности, начисление амортизации производится только линейным способом, исходя из нормативных сроков службы, а сумма амортизационных отчислений включается не в расходы на реализацию, а в прочие расходы.

4.5. Методические подходы к анализу состояния и эффективности использования материально-технической базы организации торговли

Цель анализа материально-технической базы – определение резервов повышения эффективности ее использования, а также выявление путей достижения этих резервов.

Информацией для анализа служат следующие источники:

- бизнес-план организации;
- баланс организации;
- форма бухгалтерской отчетности «Отчет о прибылях и убытках»;
- статистическая отчетность форм № 1Ф (Основные средства) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов», 1-торг розница, 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров», 12-Т «Отчет по труду» и др.

Анализ материально-технической базы проводится по этапам, представленным на рисунке 32.

1	Оценка состояния и динамики развития объектов розничной и оптовой торговой сети
2	Оценка движения, состояния и динамики развития основных средств организации
3	Оценка эффективности использования материально-технической базы розничной и оптовой торговли
4	Оценка влияния факторов на эффективность использования материально-технической базы организации
5	Определение резервов и направлений повышения эффективности использования материально-технической базы организации

Рисунок 32 – **Этапы анализа состояния и эффективности использования материально-технической базы организации**

В рамках *первого этапа* оцениваются следующие показатели:

- изменение количества объектов торговой сети;
- доля магазинов в общем количестве объектов торговой сети и ее изменение по сравнению с предшествующим периодом;
- изменение торговой или складской площади;
- доля каждого типа магазина в общем количестве (продовольственные, непродовольственные, смешанные) и ее изменение;
- доля специализированных магазинов по количеству и товарообороту и ее изменение;
- емкость складов и холодильников и ее изменение;
- доля магазинов самообслуживания по количеству, торговой площади, товарообороту;
- процент выполнения плана ввода или технического перевооружения торговой сети;
- темпы изменения общего количества торговых объектов, торговой и складской площадей.

На *втором этапе* оценка проводится по следующим показателям:

- изменение среднегодовой стоимости основных средств в отчетном периоде по сравнению с предшествующим;
- определение структуры основных средств, т. е. удельного веса зданий, сооружений, машин, оборудования и т. д. в общей их стоимости и изменение этих удельных весов;
- определение показателей движения и состояния основных средств и их изменение за отчетный период (таблица 5).

Таблица 5 – Показатели движения, состояния и эффективности использования основных средств (ОС)

Показатели	Методика расчета
<i>1. Показатели движения</i>	
Коэффициент поступления (ввода)	$\frac{\text{Стоимость поступивших ОС}}{\text{Стоимость ОС на конец периода}}$
Коэффициент замены	$\frac{\text{Стоимость поступивших ОС}}{\text{Стоимость выбывших ОС}}$
Коэффициент интенсивности обновления	$\frac{\text{Стоимость выбывших ОС}}{\text{Стоимость поступивших ОС}}$
Коэффициент обновления	$\frac{\text{Стоимость новых ОС}}{\text{Стоимость ОС на конец периода}}$
Коэффициент стабильности	$\frac{\text{Стоимость ОС на начало периода} - \text{Стоимость выбывших ОС}}{\text{Стоимость ОС на начало периода}}$
Коэффициент выбытия	$\frac{\text{Стоимость выбывших ОС}}{\text{Стоимость ОС на начало периода}}$
<i>2. Показатели состояния</i>	
Коэффициент износа	$\frac{\text{Сумма износа (амортизации)}}{\text{Стоимость ОС на начало периода (переоцененная)}}$
Коэффициент годности	$\frac{\text{Стоимость ОС на начало периода} - \text{Сумма износа (амортизации)}}{\text{Стоимость ОС на начало периода (переоцененная)}}$
<i>3. Показатели эффективности использования</i>	
Отдача основных средств, р.	$\frac{\text{Товарооборот}}{\text{Средняя за период стоимость ОС}}$
Емкость основных средств, р.	$\frac{\text{Средняя за период стоимость ОС}}{\text{Товарооборот}}$
Вооруженность основными средствами, млн р.	$\frac{\text{Средняя за период стоимость ОС}}{\text{Среднесписочная численность работников}}$
Рентабельность основных средств, %	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Средняя за период стоимость ОС}} \cdot 100$

Третий этап – оценка эффективности использования материально-технической базы – предполагает следующее:

1. Оценку эффективности использования основных средств.

Отдача основных средств отражает, сколько товарооборота приходится на один рубль основных средств. Рост данного показателя является положительной тенденцией.

Емкость основных средств – обратный показатель отдачи основных средств.

Вооруженность основных средств отражает, сколько в среднем основных средств приходится на одного работника. Рост вооруженности основных средств можно считать положительной, если производительность труда растет быстрее вооруженности основными средствами.

Рентабельность основных средств – процентное отношение прибыли к средней стоимости основных средств. Ее рост также является положительной тенденцией.

2. Оценку показателей эффективности использования розничной и оптовой торговой сети:

- товарооборот на 1 м² торговой (складской) площади;
- прибыль на 1 м² торговой (складской) площади;
- доля торговой (складской) площади в общем объеме и ее изменение;
- товарооборот в среднем на один магазин;
- прибыль в среднем на один магазин.

3. Оценку показателей обеспеченности населения и торговой организации торговыми площадями:

- торговая площадь в среднем на один магазин и ее изменение в динамике;
- торговая площадь на тысячу жителей обслуживаемого населения и ее соответствие нормативу.

На *четвертом этапе* производится оценка влияния факторов на показатели эффективности использования основных средств.

Основными факторами, влияющими на эффективность использования материально-технической базы являются факторы, влияющие на изменение основного показателя эффективности использования основных средств – отдачи основных средств (изменение средней стоимости основных средств и изменение товарооборота):

$$\Delta \hat{I} \hat{N}_{\text{от}} = \frac{\dot{O}_1}{\hat{I} \hat{N}_1} - \frac{\dot{O}_0}{\hat{I} \hat{N}_0};$$

$$\Delta \hat{I} \hat{N}_{\text{тн}} = \frac{\dot{O}_0}{\hat{I} \hat{N}_1} - \frac{\dot{O}_0}{\hat{I} \hat{N}_0},$$

где ΔOOC_T – изменение отдачи основных средств на счет изменения товарооборота, млн р.;

$\Delta \hat{I} \hat{N}_{\overline{IC}}$ – изменение отдачи основных средств под влиянием изменения средней стоимости основных средств, млн р.;

T_1, T_0 – товарооборот организации в отчетном и предшествующем годах, млн р.;

$\overline{IC}_1, \overline{IC}_2$ – средняя стоимость основных средств в отчетном и предшествующем годах, млн р.

Кроме этого, на данном этапе определяется доля прироста товарооборота и прибыли за счет эффективности использования материально-технической базы:

$$\Delta \hat{O}(\hat{I})_{\text{доА}} = \left(1 - \frac{\frac{\hat{O}_{\text{доА}}}{\hat{I}_{\text{доА}}} - \frac{\hat{O}_{\text{доА}}}{\hat{I}_{\text{доА}}}}{\frac{\hat{O}_{\text{доА}}}{\hat{I}_{\text{доА}}} - \frac{\hat{O}_{\text{доА}}}{\hat{I}_{\text{доА}}}} \right) \cdot 100.$$

Пример

Темп прироста торговой площади – 12%, темп прироста товарооборота – 15%. Рассчитать долю прироста розничного товарооборота за счет эффективности использования материально-технической базы можно следующим образом:

$$\left(1 - \frac{12}{15} \right) \cdot 100 = 20\%.$$

Таким образом, за счет роста эффективности использования материально-технической базы, товарооборот увеличился на 20%.

На *пятом этапе* определяются основные пути повышения эффективности использования материально-технической базы. К таким показателям можно отнести следующие:

- сокращение сроков ввода в эксплуатацию новых торговых объектов, сокращение сроков ремонта, освоения оборудования;
- увеличение пропускной способности торговых залов за счет внедрения инновационных методов продаж, увеличение торговых площадей;
- увеличение сменности работы, переход на бесперерывный режим;
- совершенствование системы стимулирования труда торговых работников и др.

4.6. Современные направления перспективного развития материально-технической базы торговли. Определение потребности в расширении торговых площадей

Перспективное развитие материально-технической базы торговли должно основываться на следующих принципах:

1. Обеспечение высокого уровня торгового обслуживания.
2. Создание условий для роста объемов продаж и прибыли.
3. Рациональное размещение розничной торговой сети в соответствии с плотностью обслуживаемого населения и основными потоками его движения.
4. Повышение эффективности инвестиций.

Объектами планирования материально-технической базы являются:

- торговая сеть;
- складское хозяйство;
- техническое оснащение;
- транспорт.

Основа развития материально-технической базы – финансовое положение конкретной организации. Если оно стабильно, то расширение и модернизация материально-технической базы проводится за счет чистой прибыли и долгосрочных кредитов банка на основании предоставленного бизнес-плана, а также за счет аренды помещений и лизинга оборудования.

Планирование развития торговой сети на общегосударственном уровне осуществляется на основании установленного социального стандарта по обслуживанию населения в области торговли. Данный стандарт определен постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 724 от 30 мая 2003 г. «О мерах по внедрению системы государственных стандартов по обслуживанию населения республики». Действующий стандарт с 2011 г. установлен внесением изменений в данное постановление постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 227 от 23 февраля 2012 г.

Таким образом, в настоящее время этот стандарт представляет собой норматив торговой площади на тысячу жителей не менее 600 м² в целом по Республике Беларусь до конца 2015 г.

В населенных пунктах с населением более 200 чел., должно быть не менее одного магазина по торговле смешанными товарами. В населенных пунктах с количеством жителей до 200 чел., если нет стационарной торговой сети, обслуживание должно осуществляться через автомагазины, мелкую розницу или магазины ближайших поселений.

Для конкретных районов республики норматив торговой площади на тысячу жителей может корректироваться с учетом товарооборота на одного жителя и рассчитывается по формуле

$$\dot{I} \delta \dot{\alpha} \delta \delta \dot{\epsilon} \dot{\alpha} \quad \delta \dot{\alpha} \dot{\epsilon} \dot{\iota} \dot{\alpha} = 600 \cdot \sqrt{\frac{\dot{O} \dot{\iota} \dot{\alpha} \dot{\alpha} \delta \dot{\eta} \dot{\alpha} \dot{\iota} \dot{\delta} \quad \dot{\iota} \dot{\delta} \quad \dot{\iota} \dot{\alpha} \quad \dot{\iota} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\alpha} \dot{\iota}}{\dot{O} \dot{\iota} \dot{\alpha} \dot{\alpha} \delta \dot{\eta} \dot{\alpha} \dot{\iota} \dot{\delta} \quad \dot{\iota} \dot{\delta} \quad \dot{\iota} \dot{\alpha} \quad \dot{\iota} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\alpha} \dot{\iota} \quad \dot{\epsilon} \dot{\delta} \delta \dot{\alpha} \dot{\epsilon} \dot{\gamma} \quad \dot{\iota} \dot{\alpha} \dot{\epsilon} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\delta} \dot{\epsilon}}}$$

На основании нормативов определяется *потребность в торговой площади конкретной организации торговли на перспективу* по следующей формуле:

$$\dot{I} \delta \dot{\alpha} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\delta} \quad \dot{\iota} \dot{\iota} = \frac{\dot{I} \dot{\delta} \dot{\alpha} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\delta} \quad \dot{\iota} \dot{\iota} \quad \dot{\iota} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\epsilon} \dot{o} \dot{\alpha} \dot{\epsilon} \dot{\alpha} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\alpha} \dot{\iota}}{\dot{\iota} \dot{\delta} \dot{\alpha} \dot{\alpha} \dot{\iota} \dot{\epsilon} \dot{\alpha} \dot{o} \dot{\epsilon} \quad \dot{\alpha} \dot{\epsilon} \quad \dot{\iota} \dot{\alpha} \dot{\eta} \dot{\alpha} \dot{\epsilon} \dot{\alpha} \dot{\iota} \dot{\epsilon} \dot{\gamma}} \cdot \dot{I} \delta \dot{\alpha} \dot{\alpha} \delta \delta \dot{\epsilon} \dot{\alpha}.$$

Прирост торговой площади для нового строительства или реконструкции определяется следующим образом:

$$\Delta \dot{O} \dot{I} = \dot{I}_{TS} - TS_{\dot{\iota}} + TS_{\dot{\alpha} \dot{\alpha} \dot{\alpha}} - TS_{\dot{\alpha} \dot{\alpha} \dot{\iota} \dot{\alpha}},$$

где $\Delta TП$ – прирост торговой площади, м²;

P_{TS} – потребность в торговой площади, м²;

TS_n – торговая площадь на начало периода, м²;

$TS_{\text{выб}}$ – торговая площадь, выбывшая по причине сноса, продажи или передачи торговых объектов, м²;

$TS_{\text{ввод}}$ – торговая площадь, введенная в результате реконструкции либо по другим причинам, м².

Пример решения задачи

На основании приведенных данных определите годовую сумму амортизационных отчислений, используя линейный и нелинейный способы.

Исходные данные

1. Приобретен объект основных средств стоимостью 12 млн р. со сроком полезного использования, равным пяти годам (линейный способ).

2. Приобретена автоматическая линия стоимостью 15 млн р. Срок полезного использования – 5 лет (прямой метод суммы чисел лет).

3. Приобретено оборудование стоимостью 10 млн р. со сроком полезного использования – 5 лет. Коэффициент ускорения – 2 (метод уменьшаемого остатка).

Решение

1. Линейный способ.

Годовая норма амортизационных отчислений:

$$\dot{I}_{\dot{a}} = \frac{100}{5} = 20\%.$$

Годовая сумма амортизационных отчислений:

$$\dot{A}_r = \frac{12 \cdot 20}{100} = 2,4 \text{ млн р.}$$

2. Прямой метод суммы чисел лет.

Сумма чисел лет срока службы:

$$СЧЛ = 1 + 2 + 3 + 4 + 5 = 15 \text{ или } \frac{5 \cdot (5+1)}{2} = 15.$$

Сумма амортизационных отчислений по годам:

- первый год: $\dot{A}_1 = \frac{15 \cdot 5}{15} = 5 \text{ млн р.};$
- второй год: $\dot{A}_2 = \frac{15 \cdot (5-1)}{15} = 4 \text{ млн р.};$
- третий год: $\dot{A}_3 = \frac{15 \cdot (5-2)}{15} = 3 \text{ млн р.};$
- четвертый год: $\dot{A}_4 = \frac{15 \cdot (5-3)}{15} = 2 \text{ млн р.};$
- пятый год: $\dot{A}_5 = \frac{15 \cdot (5-4)}{15} = 1 \text{ млн р. или } A_5 = 15 - 5 - 4 - 3 - 2 =$

$= 1 \text{ млн р.}$

3. Метод уменьшаемого остатка.

Годовая норма амортизационных отчислений:

$$H_a = 100 : 5 \cdot 2 = 40\%.$$

Сумма амортизационных отчислений по годам:

- первый год: $A_1 = \frac{10 \cdot 40}{100} = 4 \text{ іөі } \text{đ.}$
- второй год: $A_2 = \frac{(10-4) \cdot 40}{100} = 2,4 \text{ іөі } \text{đ.}$
- третий год: $A_3 = \frac{(6-2,4) \cdot 40}{100} = 1,44 \text{ іөі } \text{đ.}$

• четвертый год: $A_4 = \frac{(3,6 - 1,44) \cdot 40}{100} = 0,864$ т. д.

• пятый год: $A_5 = 10 - (4 + 2,4 + 1,44 + 0,864) = 1,296$ млн р.;

В последний (пятый) год начисления амортизации годовая величина амортизационных отчислений равна разности между первоначальной стоимостью объекта и суммой начисленного износа за все предшествующие годы.

Тема 5. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТОВАРООБОРОТА. АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА

5.1. Понятие товарооборота, его виды. Розничный товарооборот, состав, классификация

Товарооборот представляет собой экономический показатель, который можно рассматривать как на макро- так и на микроуровне. Товарооборот отражает экономические отношения, связанные с обменом денег на товары и услуги. Как экономическая категория товарооборот – это выручка от реализации товаров населению всеми организациями и индивидуальными предпринимателями, а также выручка от реализации товаров организациями торговли другим организациям для перепродажи и собственных нужд. В зависимости от отрасли товарооборот классифицируется таким образом, как показано на рисунке 33.



Рисунок 33 – Классификация товарооборота по видам торговли

Розничный товарооборот – количественный показатель, характеризующий объем продаж. Он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путем их обмена на денежные доходы.

Продукты, произведенные для реализации, и денежные доходы служат основой розничного товарооборота. Развитие товарооборота тесно связано с изменением конъюнктурообразующих факторов. Схематично эта взаимосвязь представлена на рисунке 34.



Рисунок 34 – Взаимосвязь конъюнктурообразующих факторов с розничным товарооборотом

От величины и структуры розничного товарооборота зависят многие другие показатели деятельности торговых организаций, в том числе товарооборачиваемость, расходы, доходы и прибыль.

В соответствии с нормативными документами к *розничному товарообороту* относится продажа пищевых продуктов, напитков, табачных изделий и непродовольственных товаров населению за наличный и безналичный расчет (по банковским платежным карточкам, чекам, электронным картам, по перечислениям денежных средств со счетов вкладчиков банков, по кредитам банков и т. п.):

- организациями розничной торговли и общественного питания;
- организациями других отраслей экономики, имеющими на своем балансе сеть розничной торговли и общественного питания;
- организациями, не имеющими торговой сети, но реализующими товары населению;
- индивидуальными предпринимателями;
- физическими лицами, осуществляющими продажу сельскохозяйственных продуктов на рынках.

Розничный товарооборот учитывается в розничных ценах, включающих торговую надбавку и налог на добавленную стоимость на момент отпуска товаров покупателям независимо от времени уплаты денег и сдачи торговой выручки в банк.

Состав розничного товарооборота представлен на рисунке 35.

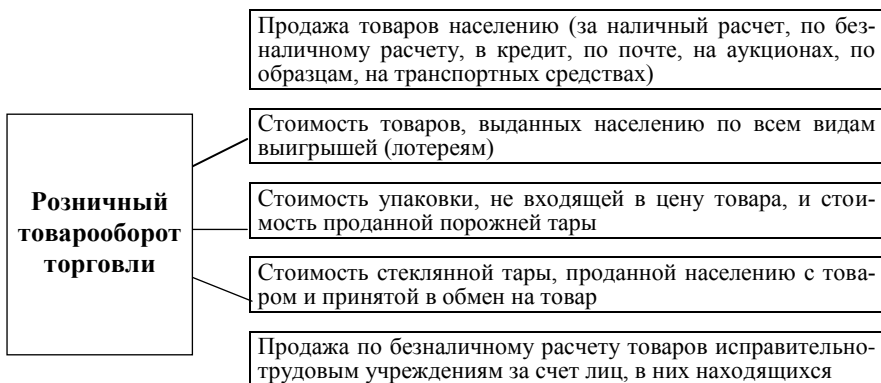


Рисунок 35 – Состав розничного товарооборота

Классификация розничного товарооборота схематично представлена на рисунке 36.

КЛАССИФИКАЦИЯ	По формам собственности	Розничный товарооборот государственной торговли
		Розничный товарооборот частной торговли
	По формам организации торговли	Розничный товарооборот торговых организаций
		Розничный товарооборот торговых мест на рынках и торговых центров
	По видам торговли	Розничный товарооборот торговли
		Розничный товарооборот общественного питания
	По формам расчетов	Розничный товарооборот по продаже товаров за наличный расчет
		Розничный товарооборот по продаже товаров по безналичному расчету
	По территориальному признаку	Розничный товарооборот в городах
		Розничный товарооборот в сельской местности
	По макроструктуре	Розничный товарооборот по продаже пищевых продуктов, напитков и табачных изделий
		Розничный товарооборот по продаже непродовольственных товаров
	По микроструктуре	Розничный товарооборот по продаже отдельных групп пищевых продуктов, напитков и табачных изделий
		Розничный товарооборот по продаже отдельных групп непродовольственных товаров
	По стране-изготовителю товара	Розничный товарооборот по продаже товаров отечественного производства
		Розничный товарооборот по продаже товаров импортного производства

Рисунок 36 – Классификация розничного товарооборота

5.2. Значение оптовой торговли. Понятие оптового товарооборота, его состав и классификация

По своей экономической сущности оптовая торговля представляет продажу товаров внутри сферы обращения, а по материальному содержанию – дополнительные производственные операции по движению товаров от изготовителей до розничных организаций и других оптовых покупателей товаров.

Закон Республики Беларусь «О торговле» от 28 июля 2003 г. № 231-З определяет оптовую торговлю как вид торговли, осуществляемой в целях последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных личным, семейным, домашним потреблением и иным подобным использованием.

Необходимость существования оптового торгового звена обусловлена следующими факторами:

1. *Производственные факторы*, включающие в себя специализацию организаций-производителей на выпуске товаров народного потребления узкого ассортимента, что затрудняет сбыт товаров непосредственно в розничную торговую сеть и требует их накопления для равномерного снабжения розничных торговых организаций.

2. *Транспортные факторы*, проявляющиеся в необходимости перемещения товаров народного потребления из пунктов производства в районы потребления.

3. *Торговые факторы*, предусматривающие формирование торгового ассортимента для конкретных розничных и других оптовых организаций, накопление и хранение необходимых товарных запасов, организацию ввоза и вывоза товаров.

Сущность оптовой торговли раскрывается через следующие функции:

- обеспечение розничных торговых организаций товарами народного потребления;
- формирование ассортимента товаров в соответствии с требованиями розничной торговой сети;
- обеспечение своевременности завоза товаров в розничные торговые организации;
- воздействие на производителей с целью производства товаров нужного ассортимента и качества;
- изучение спроса на товары народного потребления;
- обеспечение процесса хранения товаров, их фасовка и дальнейшая подготовка к реализации;
- снабжение внерыночных потребителей, поставка товаров на экспорт и закладка их в государственный резерв.

Экономико-организационные принципы функционирования оптовой торговли представлены на рисунке 37.

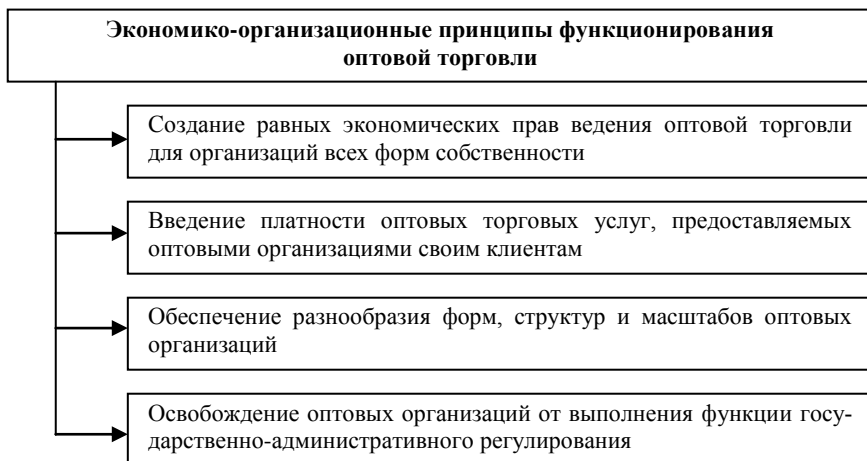


Рисунок 37 – Экономико-организационные принципы функционирования оптовой торговли

Основным показателем, характеризующим оптовую торговлю, является оптовый товарооборот. Под *оптовым товарооборотом* понимается продажа товаров несобственного производства и без видоизменения юридическим лицам, обособленным подразделениям юридических лиц и индивидуальным предпринимателям с целью их дальнейшей перепродажи или профессионального использования.

В экономической практике различают следующие виды оптового товарооборота:

- оптовый товарооборот по реализации товаров покупателям (оптовая реализация);
- межгосударственный (межреспубликанский) оптовый товарооборот;
- внутрисистемный оптовый товарооборот.

Основным же видом является оптовый товарооборот по реализации, представляющий собой оптовую продажу товаров в пределах региона рыночным покупателям. Для системы потребительской кооперации в их качестве могут выступать районные потребительские общества и их хозрасчетные подразделения, организации общественного питания и кооперативной промышленности.

Межгосударственный оптовый товарооборот представляет собой оборот между республиками, государствами и отражает поставку товаров за пределы региона по договору или разовым сделкам.

Внутрисистемный оптовый оборот отражает поставку товаров одними торговыми организациями другим, входящим в состав одной и той же оптовой организации.

Совокупность вышеперечисленных видов оптового товарооборота представляет собой валовой оборот оптовой торговли.

Практическую значимость имеет классификация оптового товарооборота по формам товародвижения. Традиционно различали следующие виды оптового товарооборота:

1. Оптово-складской оборот, представляющий собой оптовую продажу товаров со складов оптовых организаций;

2. Транзитный оборот, определяемый как поставка товаров непосредственно покупателям, минуя склады, однако при участии оптовой организации. В практической деятельности выделяют два вида транзитного оборота:

- транзит оплаченный (оптовая организация организует оплату товаров);

- транзит неоплаченный (оптовая организация организует только процесс товародвижения).

Согласно действующей в настоящее время форме статистической отчетности № 1-опт «Отчет о деятельности предприятий оптовой торговли» (раздел 1) различают следующие виды оборота организаций оптовой торговли:

- оптовый товарооборот, в том числе оборот магазинов-складов;
- розничный товарооборот торговли;
- розничный товарооборот общественного питания;
- оборот торгового посредничества;
- оборот от прочих видов деятельности.

Следует отметить, что оборот торгового посредничества можно рассматривать как предпринимательскую деятельность по осуществлению торговли товарами несобственного производства, осуществляемую посредниками, совершающими сделки по купле-продаже товаров от своего имени, но за счет других лиц или фирм по договорам комиссии, в установленном законодательстве порядке. Продажа товаров на условии консигнации является одной из разновидностей договора комиссии. Оборот торгового посредничества выражается в размере комиссионных, включая налог на добавленную стоимость.

Классификация оптового товарооборота представлена на рисунке 38.

КЛАССИФИКАЦИЯ ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА	По экономическому содержанию	Оптовый товарооборот по реализации товаров организациями торговли, общественного питания и индивидуальным предпринимателям для продажи населению
		Оптовый товарооборот по реализации товаров на экспорт
		Оптовый товарооборот по реализации товаров другим оптовым организациям
		Оптовый товарооборот по реализации товаров организациям для их собственных нужд (промышленная переработка, промышленное потребление, обеспечение питания, специальная одежда и др.)
	По формам расчетов	Оптовый товарооборот по продаже товаров за наличный расчет (магазины-склады)
		Оптовый товарооборот по продаже товаров за безналичный расчет
	По структуре	Оптовый товарооборот по продаже пищевых продуктов, напитков и табачных изделий
		Оптовый товарооборот по продаже непродовольственных товаров
		Оптовый товарооборот по продаже продукции производственно-технического назначения
	По стране-изготовителю товара	Оптовый товарооборот по продаже товаров отечественного производства
		Оптовый товарооборот по продаже товаров импортного производства

Рисунок 38 – **Классификация оптового товарооборота**

Различают следующие показатели оптового товарооборота:

- оптовая реализация товаров;
- поступление товаров в оптовые организации;
- товарные запасы в оптовом звене на начало и конец периода.

Показатели оптового товарооборота находятся в балансовой увязке, имеющей, как правило, развернутую и сокращенную формы. При этом показатель оптовой реализации учитывается по общему объему и в ассортименте. С целью обеспечения сопоставимости анализа с розничным оборотом зоны обслуживания учет, анализ и планирование оптового товарооборота и его показателей осуществляются в свободных розничных ценах.

Для целей статистического наблюдения оптовый товарооборот учитывается по отгруженным товарам в фактических отпускных ценах организаций, включая налог на добавленную стоимость, акцизы и прочие налоги, а также торговую надбавку, входящие в отпускную цену товара, независимо от того, произведен расчет с организацией оптовой торговли за эти товары или нет.

Оптовый товарооборот является важнейшим экономическим показателем организаций оптовой торговли. Его значимость в условиях рыночной экономики заключается в следующем:

1. Оптовый товарооборот является необходимым элементом товарных связей между производством и розничной торговлей, обеспечивающим рациональную организацию товародвижения.

2. Оптовый товарооборот как экономический показатель характеризует объем и структуру поставок товаров народного потребления розничным торговым организациям и другим оптовым покупателям. В конечном итоге оптовый товарооборот работает на более полное удовлетворение платежеспособного спроса населения в товарах и услугах.

3. Оптовый товарооборот является основным объемным и оценочным показателем организаций оптовой торговли. В условиях формирования рыночных структур особое значение приобретает анализ оптовой реализации товаров в увязке с конечными финансовыми результатами оптовых организаций с точки зрения ее влияния на рост доходности и рентабельности их деятельности.

5.3. Задачи и последовательность анализа показателей розничного товарооборота

Цель анализа – изучение тенденции развития розничного товарооборота и обоснование резервов роста.

Систематический анализ розничного товарооборота позволяет выявить степень удовлетворения спроса населения, а также изучить качество торгового обслуживания. Направления анализа розничного товарооборота представлены на рисунке 39.

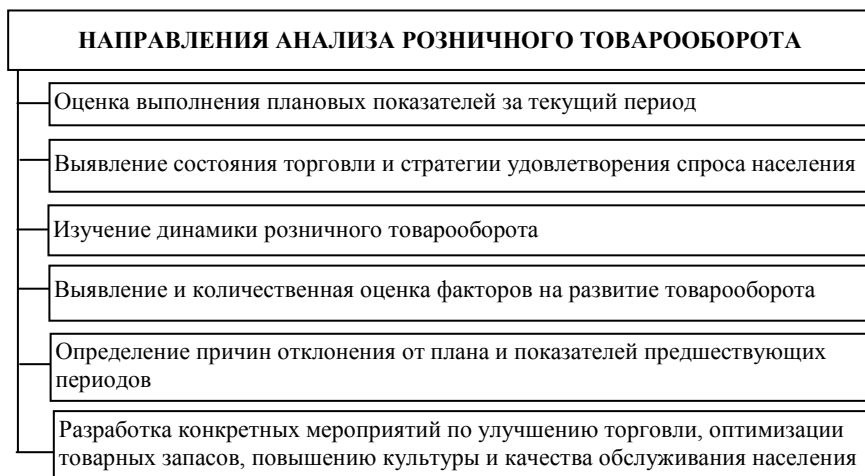


Рисунок 39 – Направления анализа розничного товарооборота

Всесторонний анализ является в то же время необходимым материалом для обоснования объема розничного товарооборота.

Анализ предполагает комплексное изучение всех взаимосвязанных показателей розничного товарооборота – продажи, запасов, поступления товаров.

Действенность и конкретность анализа достигается, когда все его показатели изучаются в совокупности и во взаимной связи (рисунок 40).

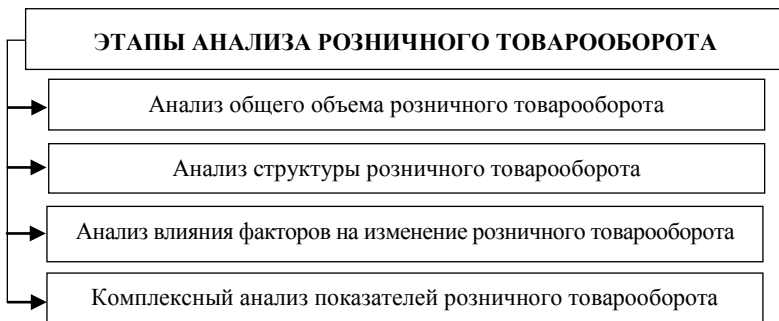


Рисунок 40 – Этапы анализа розничного товарооборота

Анализ начинается с основного показателя розничного товарооборота – общего объема продажи товаров. Затем анализ углубляется путем изучения состояния торговли отдельными группами товаров, степени удовлетворения спроса населения на конкретные товары. Далее производится анализ товарных запасов, товарооборачиваемости и поступления товаров.

Анализ должен отражать степень использования организациями возможностей улучшения торговли по следующим направлениям:

- внедрение прогрессивных методов торгового обслуживания и способов доставки товаров;

- рациональное использование торговых площадей;
- внедрение научной организации труда;
- привлечение дополнительных товарных ресурсов и т. п.

Анализ розничного товарооборота связан с использованием разнообразной экономической информации, в том числе:

- экономических нормативов;
- плановых показателей;
- социально-экономических показателей района деятельности;
- данных бухгалтерской, статистической, оперативной отчетности;

- материалов выборочных обследований состояния торговли;
- данных конъюнктуры рынка и т. д.

Модель экономического анализа розничного товарооборота представлена на рисунке 41.



Рисунок 41 – Модель экономического анализа розничного товарооборота

На предварительном этапе анализа осуществляется оценка реальности и достоверности отчетных данных, а также разрабатываются макеты аналитических таблиц.

При анализе динамики розничного товарооборота данные за отчетный период приводятся в сопоставимый вид с соответствующими данными за предыдущие периоды.

Заключительным этапом анализа розничного товарооборота является взаимная увязка результатов анализа всех показателей розничного товарооборота.

5.4. Анализ общего объема розничного товарооборота

При анализе общего объема розничного товарооборота выявляют следующее:

- выполнение плана розничного товарооборота в целом по организации и по отдельным структурным подразделениям;
- динамику товарооборота за ряд лет, при этом исчисляют абсолютный прирост товарооборота, темпы роста и прироста, абсолютное значение одного процента прироста;
- процент охвата розничным товарооборотом покупательных фондов населения и его изменение по сравнению с планом и прошлым периодом;
- объем товарооборота на одного человека и его изменение по сравнению с планом и прошлым периодом;
- удельный вес товарооборота организации в общем объеме розничного товарооборота района деятельности и его изменение.

Следующим этапом анализа является расчет ритмичности (по месяцам или кварталам) и равномерности (по структурным подразделениям) выполнения плана розничного товарооборота. Исчисленные показатели сравниваются с показателями за прошлые годы и на основании этого делаются соответствующие выводы.

Для расчета коэффициента ритмичности выполнения плана розничного товарооборота используются следующие формулы:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (\tilde{\sigma} - \bar{\sigma})^2}{i}},$$

где δ – среднее квадратическое отклонение;

x – процент выполнения плана за период (квартал, месяц);

\bar{x} – средний процент выполнения плана за год;

n – количество периодов;

$$v = \frac{\delta}{\bar{\sigma}} \cdot 100,$$

где v – коэффициент вариации;

$$\kappa = 100 - \nu,$$

где κ – коэффициент ритмичности.

Важным моментом в выявлении резервов роста товарооборота является группировка торговых объектов по степени выполнения плана товарооборота, что дает возможность выявить конкретные резервы его роста.

Для выявления закономерностей и тенденций развития розничного товарооборота исчисляется среднегодовой темп прироста по следующей формуле:

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{T_n}{T_1}},$$

где \bar{T} – среднегодовой темп прироста розничного товарооборота, %;
 T_1 – товарооборот первого года динамического ряда, млн р.;
 T_n – товарооборот последнего года динамического ряда, млн р.;
 n – число лет.

Современная экономика требует того, чтобы торговые организации получали прирост товарооборота не за счет увеличения ресурсов (экстенсивности), а за счет лучшего их использования (интенсивности). Поэтому при анализе общего объема товарооборота важно изучить за счет каких факторов получен его прирост.

Для определения доли прироста товарооборота за счет интенсивного фактора (D_n), рассчитываемого в процентах, используется формула

$$D_n = \left(1 - \frac{T_{\text{экт}}}{T_{\text{пто}}} \right) \cdot 100,$$

где $T_{\text{экт}}$ – темп прироста экстенсивного фактора, %;
 $T_{\text{пто}}$ – темп прироста розничного товарооборота, %.

Проведенный анализ дает возможность выявить влияние на товарооборот эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

5.5. Факторы, влияющие на объем розничного товарооборота

На развитие розничного товарооборота оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы (рисунок 42).



Рисунок 42 – Факторы, влияющие на объем розничного товарооборота

К внешним факторам относятся следующие:

- состояние экономики в целом;
- уровень развития конкуренции;
- динамика денежных доходов и расходов населения, структура спроса;

- уровень развития промышленности и т. д.

Внутренние факторы, влияющие на развитие розничного товарооборота, можно объединить в группы, связанные:

- с товарным обеспечением;
- с эффективностью использования трудовых ресурсов;
- с эффективностью использования материально-технической базы.

Факторы, связанные с товарным обеспечением, влияют на объем розничного товарооборота через изменение величин запасов товаров на начало периода, поступления товаров, прочего выбытия и запасов на конец отчетного периода. При этом используются следующие формулы товарного баланса показателей розничного товарооборота:

$$З_n + П = P + П_6 + З_k;$$

$$P = З_n + П - П_6 - З_k,$$

где P – розничный товарооборот;

$З_n$ – товарные запасы на начало отчетного периода;

$З_k$ – товарные запасы на конец отчетного периода;

$П$ – поступление товарных запасов, млн р.;

$П_6$ – прочее выбытие (уценка, убыль и т. д.), млн р.

К факторам, связанным с эффективностью использования трудовых ресурсов, относят численность работников, организацию и производительность труда.

Расчет влияния данных фактов производится методом цепных подстановок на основе использования следующей формулы:

$$ПТ = \frac{РТО}{Ч} \Rightarrow РТО = ПТ \cdot Ч,$$

где $ПТ$ – производительность труда работников, млн р.;

$РТО$ – розничный товарооборот, млн р.;

$Ч$ – среднесписочная численность работников, чел.

К факторам, связанным с эффективностью использования материально-технической базы, относятся следующие:

- наличие торговой сети;
- рациональность использования торгового оборудования;
- соотношение между общей и торговой площадью магазинов;
- внедрение передовых технологий и прогрессивных форм продажи товаров и т. д.

Для количественной оценки влияния данных факторов методом цепной подстановки можно использовать следующие формулы:

$$\hat{O}\hat{I} = \frac{\partial \hat{O}\hat{I}}{\hat{I}\hat{O}} \Rightarrow \partial \hat{O}\hat{I} = \hat{O}\hat{I} \cdot \hat{I}\hat{O},$$

где $\hat{O}\hat{O}$ – фондоотдача основных средств, р.;

$\hat{O}\hat{O}$ – среднегодовая стоимость основных средств, млн р.;

$$\partial \hat{O}\hat{I} = \hat{E} \cdot \bar{S} \cdot \hat{O},$$

где K – количество торговых объектов;

\bar{S} – средняя торговая площадь одного объекта, м²;

T – товарооборот на 1 м² торговой площади, млн р.

5.6. Анализ структуры розничного товарооборота

Основная цель анализа – изучение тенденций изменения структуры товарооборота и обоснование направлений ее оптимизации.

Анализ структуры розничного товарооборота позволяет выполнить следующее:

- выявить тенденции изменения объема товарооборота по пищевым продуктам, напиткам, табачным изделиям и непродовольственным товарам, а также по отдельным товарным группам;
- оценить степень удовлетворения покупательского спроса;
- обосновать заказы для промышленных предприятий;
- определить направления по оптимизации структуры розничного товарооборота.

Для изучения структуры розничного товарооборота используется статистическая отчетность формы № 1-торг (розница) «Отчет по розничной торговле».

Исследование внутригруппового ассортимента производится на основе использования данных инвентаризации и первичной информации.

В процессе анализа структуры товарооборота необходимо рассмотреть следующее:

- выполнение плана продажи и степень удовлетворения спроса населения по укрупненным группам товаров и по отдельным товарам;
- изменение удельного веса каждой группы товаров в общем объеме товарооборота;
- изменение продажи товаров в расчете на одного человека;
- положительный опыт и недостатки в организации торговли отдельными группами товаров и отдельными товарами;
- правильность составления заказов для организаций промышленности на отдельные товары;
- влияние факторов на изменение структуры товарооборота.

Основные факторы, влияющие на структуру товарооборота, – уровень доходов населения, объем товарных ресурсов, цены на товары и услуги.

Анализ структуры розничного товарооборота следует производить по кварталам и месяцам, что позволяет изучить сезонные колебания в торговле и полнее удовлетворить спрос на отдельные товары в различные периоды года.

При анализе структуры товарооборота может использоваться *коэффициент эластичности* оборота по продаже отдельных групп товаров, который характеризует влияние изменения доходов или поку-

пательных фондов на одного человека на соответствующую величину товарооборота по отдельной группе товаров.

В настоящее время особое внимание следует уделить соотношению между социально значимыми и остальными товарами, в связи с ограничением торговой надбавки, так как непосредственно торговая надбавка является источником валовых доходов торговых организаций.

Завершающий этап анализа – разработка конкретных мероприятий по оптимизации структуры розничного товарооборота.

5.7. Комплексный анализ показателей розничного товарооборота

Все показатели розничного товарооборота (продажа, запасы, поступление) взаимосвязаны между собой и влияют на результаты торговой деятельности, которые в определенной степени зависят от эффективности использования основных и оборотных средств, трудовых ресурсов.

Комплексный подход позволяет глубже и в совокупности оценить разностороннюю деятельность торговых организаций, выявить недостатки и обосновать направления повышения ее эффективности.

Комплексный анализ товарооборота предполагает выявление зависимости между отдельными показателями, его характеризующими, с целью определения влияния факторов на его изменение.

Основные задачи анализа – устранение диспропорций, выявление резервов роста и определение мероприятий по улучшению обслуживания населения.

В основе данного анализа лежит балансовая увязка показателей розничного товарооборота.

В процессе проведения анализа необходимо учитывать, что невыполнение плана товарооборота за счет сверхпланового поступления товаров может впоследствии привести к их оседанию в запасах, что снижает эффективность торговли.

Определенное влияние на объем продаж оказывают убыль, возврат поставщиками, списание. Сокращение суммы выбытия товаров за счет лучшего изучения спроса, бережливого отношения к товарно-материальным ценностям является одним из резервов роста товарооборота.

Балансовая увязка между показателями розничного товарооборота составляется и по основным группам товаров как за год, так и по кварталам. При анализе целесообразно сравнивать квартальные показатели продажи с поступлением отдельных групп товаров, что позволит выявить сезонные особенности спроса покупателей.

В соответствии с результатами комплексного анализа обосновываются направления по повышению эффективности торговли и улучшению качества торгового обслуживания населения.

Тема 6. ПЛАНИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА

6.1. Цель, задачи и этапы планирования розничного товарооборота

Целью планирования розничного товарооборота является определение его экономически обоснованного объема на будущий период на основе рационального и эффективного использования экономических ресурсов и повышения как культуры, так и качества торгового обслуживания.

Задачи планирования следующие:

- увеличение темпов роста объема реализации товаров в расчете на одного потребителя;

- оптимизация структуры розничного товарооборота;
- выявление дополнительных резервов товарных ресурсов;
- обеспечение получения необходимой суммы прибыли.

План розничного товарооборота состоит из следующих разделов:

- планирование общего объема розничного товарооборота;
- планирование структуры розничного товарооборота;
- планирование товарных запасов и поступления товаров.

Все разделы плана взаимосвязаны между собой.

Выбор метода, используемого при планировании показателей розничного товарооборота, зависит от периода планирования, наличия необходимой информации, подготовки и квалификации экономической службы, наличия программного обеспечения.

Использование многовариантных подходов при планировании розничного товарооборота повышает уровень обоснованности планов и способствует повышению эффективности деятельности торговых организаций.

Планирование общего объема розничного товарооборота обычно начинается с определения его ожидаемой величины, так как план разрабатывается за несколько месяцев до наступления планируемого периода и к этому моменту отсутствуют фактические показатели за текущий год.

Под ожидаемым товарооборотом следует понимать наиболее вероятную, реально выполнимую величину. Как правило, ожидаемый товарооборот должен быть не ниже предусмотренного планом на оставшуюся часть года:

$$T_{ож} = T_{факт} + T_{ож},$$

9 мес. IV кв.

где $T_{ож}$ – ожидаемый объем розничного товарооборота за отчетный год, млн р.;

$T_{факт}$ – фактический объем розничного товарооборота за девять месяцев отчетного года, млн р.;

$T_{ож}$ – ожидаемый объем розничного товарооборота за IV квартал отчетного года, млн р.

При этом учитываются данные анализа выполнения плана за истекший период, перспективы развития торговли в предстоящие месяцы.

Примеры решения задач

Задача 1. План розничного товарооборота на год составляет 96 600 млн р., в том числе на ноябрь и декабрь 15 750 млн р. Фактически за девять месяцев розничный товарооборот составил 75 800 млн р., за октябрь – 7 650 млн р. В ноябре и декабре планируется увеличение объема реализации на 2%.

Ожидаемый товарооборот за ноябрь и декабрь равен:

$$15\,750 \cdot 1,02 = 16\,065 \text{ (млн р.)}$$

Ожидаемый товарооборот за год составил:

$$75\,800 + 7\,650 + 16\,065 = 99\,515 \text{ (млн р.)}$$

Процент выполнения плана равнялся:

$$99\,515 : 96\,600 \cdot 100 = 103\%.$$

Важным условием при планировании товарооборота является обеспечение сопоставимости его объема с точки зрения изменений в материально-технической базе торговой организации. Для расчета данного показателя используется формула

$$T_{соп} = T_{ож} + K_{ув} - K_{ум},$$

где $T_{соп}$ – сопоставимый объем розничного товарооборота за отчетный год, млн р.;

$K_{ув}$ – корректив на увеличение объема розничного товарооборота (ввод новых торговых объектов);

$K_{ум}$ – корректив на уменьшение объема розничного товарооборота (закрытие торговых объектов);

Задача 2. Розничный товарооборот организации по плану – 25 800 млн р., фактически – 25 750 млн р. С 1 октября два магазина переданы другому субъекту хозяйствования, планируемый объем розничного товарооборота – 105 млн р.

Корректировка плана равна:

$$25\,800 - 105 = 25\,695 \text{ млн р.}$$

Процент выполнения плана составляет:

$$25\,750 : 25\,695 \cdot 100 = 100,2\%.$$

6.2. Методы планирования розничного товарооборота по общему объему

При планировании общего объема розничного товарооборота торговой организации могут быть использованы следующие методы (таблица 6):

- балансовый;
- нормативный метод или метод технико-экономических расчетов;
- опытно-статистический;
- экономико-статистический;
- экономико-математического моделирование и др.

При *нормативном* методе используются нормативы товарооборота на квадратный метр торговой площади. При их отсутствии можно использовать показатели, достигнутые хорошо работающими организациями, имеющими сопоставимые показатели.

Таблица 6 – Основные методы планирования объема розничного товарооборота

Методы планирования	Методика расчета	Условные обозначения
1. Балансовый	$PTOn = Zn + Pn - Hn$	$PTOn$ – планируемый объем товарооборота, млн р.; Zn – товарные запасы на начало планируемого года, млн р.; Pn – план поступления товаров, млн р.; Hn – норматив товарных запасов на конец года, млн р.
2. Опытно-статистический	$\Delta \dot{I} \ddot{r} = \frac{\Delta \dot{I} \ddot{n} \ddot{r}}{100} \cdot \dot{I} \ddot{o}$	$PTO_{ср}$ – товарооборот отчетного года в сопоставимом виде, млн р.; $T\%$ – среднегодовой темп роста товарооборота, %;

		<i>Iy</i> – прогнозируемый индекс цен
3. Экономико-статистический (скользящая средняя)	$\bar{\Delta} = \frac{\overline{K_i} - \overline{K_1}}{i - 1};$	$\bar{\Delta}$ – среднегодовой темп прироста розничного товарооборота в сопоставимом виде, %;

Окончание таблицы 6

Методы планирования	Методика расчета	Условные обозначения
	$Km = \overline{Kn} + 2\bar{\Delta}$	<i>Km</i> – плановый темп роста товарооборота, % $\overline{Kn}, \overline{K_1}$ – последнее и первое значения средних отрезков динамического ряда, %; <i>n</i> – количество показателей;
4. Метод, основанный на определении «критических» объемов деятельности	$Tб = \frac{P_{пост}}{УД - УР_{пер}} \cdot 100;$ $T_{мр} = \frac{P_{пост} + П_{мин}}{УД - УР_{пер}} \cdot 100;$ $П_{мин} = \frac{С \cdot Р_{мин}}{100 - С_n}$	<i>Tб</i> – точка безубыточности, млн р.; <i>P_{пост}</i> – плановая сумма постоянных расходов, включающая управленческие расходы, млн р.; <i>УД</i> – плановый уровень доходов от реализации, %; <i>УР_{пер}</i> – плановый уровень переменных расходов, %; <i>T_{мр}</i> – точка минимальной рентабельности, млн р.; <i>П_{мин}</i> – минимальная прибыль, млн р.; <i>С</i> – собственный капитал организации, млн р; <i>Р_{мин}</i> – минимальная рентабельность, %; <i>С_n</i> – удельный вес отчислений от прибыли в бюджет, %

Опытнo-статистический метод позволяет определить плановый объем розничного товарооборота исходя из сопоставимого товарооборота за отчетный год и среднегодового темпа изменения товарооборота за 3–5 лет, предшествующих планируемому году, и прогнозируемого индекса цен.

Экономико-статистический метод основан на сглаживании данных о темпах роста товарооборота за ряд лет, предшествующих планируемому году. Данный процесс происходит с помощью скользящей средней путем расчета средних отрезков динамического ряда темпов ро-

ста товарооборота в сопоставимом виде и определении на основании этого планового темпа роста товарооборота в сопоставимом виде.

Плановый объем товарооборота по этому методу определяется путем умножения ожидаемого товарооборота текущего года на плановый индекс товарооборота и прогнозный индекс цен.

При планировании объема розничного товарооборота могут использоваться различные *экономико-математические модели*.

Для выявления основной тенденции развития товарооборота можно использовать метод аналитического выравнивания (трендовый метод).

При наличии информации об основных направлениях развития показателей зоны деятельности торговой организации можно использовать следующую модель для определения темпов изменения розничного товарооборота:

$$y_x = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4,$$

где y_x – темп изменения розничного товарооборота в среднем на одно домашнее хозяйство;

x_1 – темп изменения учтенных денежных доходов на одно домашнее хозяйство (в среднем);

x_2 – темп изменения доли расходов домашних хозяйств на покупку товаров;

x_3 – темп изменения торговой площади в расчете на тысячу домашних хозяйств;

x_4 – фактор времени;

a_0, a_1, a_2, a_3, a_4 – параметры уравнения.

Расчеты параметров уравнения выполняются на ЭВМ по данным за предшествующие 5–7 лет.

План розничного товарооборота также определяют исходя из имеющихся у организации ресурсов. Данная методика основана на определении максимальной величины объема продаж по отдельным видам ограниченных ресурсов (торговой площади, товарных запасов, оборотных средств, материальных и трудовых ресурсов и др.). Для применения этой методики используются экономико-математические организационные модели.

На практике прогнозный темп роста розничного товарооборота потребительской кооперации Республики Беларусь устанавливается Белкоопсоюзом по согласованию с Правительством Республики Беларусь в соответствии с прогнозами социально-экономического развития страны. Белкоопсоюз доводит облпотребсоюзам прогнозный

темپ роста розничного товарооборота, в соответствии с которым разрабатываются планы общего объема розничного товарооборота области в целом и по районам.

Для обоснования плана используется опытно-статистический метод планирования розничного товарооборота.

Также используется вариант определения плана общего объема розничного товарооборота исходя из необходимости сохранения доли рынка организации путем произведения планового товарооборота зоны деятельности райпо и процента отношения розничного товарооборота организации к товарообороту зоны деятельности в текущем году.

Учитывается и численность населения района деятельности и среднедушевая реализация товаров. Планируемый объем розничного товарооборота определяется в этом случае как произведение планируемой численности обслуживаемого населения и товарооборота организации в расчете на душу населения.

При планировании товарооборота учитываются изменения в материально-технической базе торговых организаций (открытие или закрытие магазинов), в зоне обслуживания (ввод в действие нового жилого фонда, рост среднегодового числа посетителей, открытие торговых точек организациями-конкурентами) и вносятся необходимые коррективы. Учитываются такие специфические особенности района, как наличие градообразующих промышленных объектов, плотность населения, развитие отраслей экономики.

Рассчитанный объем розничного товарооборота может быть уточнен после определения необходимой организации на планируемый год суммы прибыли. В этом случае производится *комплексная увязка* основных показателей хозяйственной деятельности торговой организации – прибыли, расходов, доходов, объема товарооборота.

Обоснованность плана розничного товарооборота можно проверить и посредством определения «критической точки продаж», обеспечивающей безубыточную работу организации по формуле

$$\dot{O}\dot{\partial}\acute{a} = \frac{D_{\tilde{m}\delta}}{\acute{O}\ddot{\partial}\ddot{A} - \acute{O}\ddot{\partial}D_{\acute{a}\delta}} \cdot 100,$$

где $T_{тб}$ – объем товарооборота, обеспечивающий безубыточность деятельности организации, млн р.;

$P_{пост}$ – сумма постоянных расходов на реализацию, включающая управленческие расходы, млн р.;

$УрД$ – уровень дохода от реализации, %;

$УрP_{пер}$ – уровень переменных расходов на реализацию, %.

Точка безубыточности показывает, при каком объеме продаж величина валового дохода от реализации покрывает понесенные затраты.

Критическую точку продаж также можно рассчитать, используя формулу

$$\dot{\partial}\hat{e} = \dot{\partial}\check{\delta} \cdot \frac{\dot{D}_{\check{\pi}\check{\pi}\check{\delta}}}{\dot{D}_{\check{\pi}\check{\delta}} + \dot{D}_{\check{\pi}\check{\pi}\check{\delta}}},$$

где T_k – критическая точка продаж (порог рентабельности), млн р.;

T_p – расчетный плановый товарооборот, млн р.;

$P_{пост}$ – сумма постоянных расходов на реализацию с учетом управленческих расходов, млн р.;

$P_{пер}$ – сумма переменных расходов на реализацию, млн р.

Чем выше разность между фактическим товарооборотом и товарооборотом в критической точке, тем выше запас финансовой прочности. Запас финансовой прочности ($Зфп$) можно рассчитать по формуле

$$\zeta_{\partial\check{\pi}} = \frac{\dot{\partial}\check{\delta} - \dot{\partial}\hat{e}}{\dot{\partial}\check{\delta}} \cdot 100.$$

6.3. Планирование структуры розничного товарооборота

Основой разработки плана товарооборота в ассортименте служат материалы анализа структуры товарооборота по региону в целом, данные бюджетных обследований домашних хозяйств, материалы анализа объема продажи по товарным группам, а также структуры товарооборота торговой организации за последние три–четыре года, предшествующих планируемому.

Изменение доли продажи по агрегированным группам можно определить методом скользящей средней и с учетом характера изменения денежных доходов домашних хозяйств региона. Так, при уве-

личении доходов происходит повышение доли непродовольственных товаров в общем объеме товарооборота, а при снижении – рост расходов населения на покупку продовольственных товаров. Метод скользящей средней основывается на сглаживании удельных весов реализации отдельных товаров в общем объеме товарооборота торговой организации за ряд лет. Методика расчетов аналогична методике планирования объема товарооборота торговой организации на основе скользящей средней.

По нормальным товарным группам объем их продажи на предстоящий год можно определить, используя коэффициенты эластичности. Речь идет о товарных группах, объемы продаж которых изменяются устойчивыми темпами по отношению к темпам изменения общего объема розничного товарооборота (одежда и белье, ткани, товары культурно-бытового и хозяйственного назначения и др.).

Пример решения задачи

По материалам анализа за три предшествующих года коэффициент эластичности по группе «Одежда» составил 1,06. Покупательные фонды обслуживаемого населения (в расчете на одного человека) в планируемом году увеличатся на 1,5 %. Численность обслуживаемого населения возрастет на 0,3 %. Товарооборот по данной группе товаров в отчетном году составил 397 млн р.

Определите объем товарооборота по группе «Одежда» на планируемый год.

Решение

1. Темп прироста товарооборота на одного человека:

$$1,06 \cdot 1,5 = 1,59\%.$$

2. Индекс товарооборота на одного потребителя:

$$I_{m/об \ 1 \ чел} = 1,016.$$

3. Индекс изменения численности обслуживаемого населения:

$$I_{числ} = 1,003.$$

4. Индекс товарооборота:

$$I_{m/об} = 1,016 \cdot 1,003 = 1,019.$$

5. Товарооборот на планируемый год:

$$397 \cdot 1,019 = 404,5 \text{ млн р.}$$

По товарам культурно-бытового и хозяйственного назначения планируют увеличение обеспеченности домохозяйств этими товарами и замену ранее приобретенных изделий.

После расчетов плановых показателей по основным товарным группам, занимающим заметное место в товарообороте, оценивают объем продаж по товарам и товарным группам, доля которых в товарообороте незначительна. Затем определяют общий объем розничного товарооборота, оценивают его обоснованность по среднегодовым темпам роста и с учетом тенденций развития товарооборота в регионе.

6.4. Распределение планового товарооборота между структурными подразделениями и внутри года

Объем розничного товарооборота организации можно обосновать суммированием объемов продаж по магазинам и другим структурным единицам. При определении планового товарооборота этих единиц учитывают следующее:

- ассортимент реализуемых товаров каждым магазином (определяют, какие группы товаров занимают основное место в товарообороте, по каким из них сложились более высокие темпы роста продаж и как сохранить положительные тенденции);
- сегменты рынка и контингент потребителей (оценивают запросы и потребности покупателей путем обобщения и выделения специфики);
- долю каждого магазина в товарообороте организации (оценивают тенденции изменения товарооборота магазинов за 3–5 лет, предшествующих планируемому году);
- опыт успешно работающих магазинов и возможности его использования другими магазинами;
- причины неудовлетворительной работы отдельных магазинов (определяют направления повышения эффективности их деятельности в предстоящем периоде).

Следует учитывать, что отток покупателей имеет место из-за медленного обслуживания, перебоев в торговле отдельными товарами, несоблюдения сроков поставки, низкого качества товаров, грубого или неквалифицированного персонала. Планирование товарооборота

по магазинам должно включать в себя четкую постановку целей, стимулирование труда сотрудников, контроль за оборотными средствами, анализ жалоб покупателей и причин несостоявшихся сделок, определение существующих тенденций и путей решения имеющихся проблем.

Разнообразие типов магазинов и условий их деятельности требуют дифференцированного подхода к обоснованию их планов (товарооборота). Во всех случаях учитывают материалы анализа розничного товарооборота, сложившиеся темпы развития товарооборота, его размеры на одного работника и одного покупателя, удельный вес товарооборота каждого магазина в общем товарообороте организации и т. п.

Четко прослеживается зависимость, при которой темпы роста товарооборота крупных магазинов более высокие по сравнению с темпами роста товарооборота небольших по общему объему продаж однотипных магазинов. Особенности развития товарооборота магазинов определяются и многими другими условиями – месторасположением (на интенсивных покупательских потоках и на окраинах и т. п., в сельской и городской местности), наличием конкурентов, организацией товароснабжения, рекламой и т. д.

При определении объема товарооборота по структурным подразделениям может быть применен *метод технико-экономических расчетов (нормативный)*. В качестве норматива может использоваться размер товарооборота в расчете на 1 м² торговой площади. Данные нормативы должны быть дифференцированы в зависимости от товарной специализации торговых единиц, объема товарооборота на одного покупателя, зоны деятельности, местонахождения, продолжительности работы. В случае отсутствия нормативов в их качестве можно использовать лучшие показатели, достигнутые аналогичными конкурирующими субъектами хозяйствования.

При разработке плана розничного товарооборота по периодам года (кварталам, месяцам) необходимо учитывать влияние многих факторов, в том числе покупательную активность населения, особенности покупательского спроса, равномерность завоза товаров по периодам года.

При разработке внутригодичного плана товарооборота может быть использован *метод относительной средней*. По данному методу определяются следующие показатели:

- среднеквартальный (среднемесячный) оборот за каждый год;
- сезонные колебания товарооборота по кварталам (месяцам) за каждый год;
- индексы сезонности товарооборота.

Объем товарооборота по кварталам (месяцам) на планируемый год определяется умножением среднеквартального (среднемесячного) товарооборота планируемого года на уточненный индекс сезонности соответствующего квартала (месяца) и делением на 100%.

Обоснованность плана проверяется на основе расчета темпов роста плана товарооборота планируемого месяца к плану товарооборота предыдущего месяца, соответствующему периоду прошлого года в действующих ценах, базовому месяцу.

Тема 7. ТОВАРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА

7.1. Понятие и классификация товарных запасов

Непрерывность и ритмичность торгового обслуживания предполагают наличие товарных запасов.

Образование товарных запасов вызвано несоответствием во времени и пространстве между потребностью в них и возможностью их производства.

Виды запасов в зависимости от места в процессе общественного воспроизводства представлена на рисунке 43.



Рисунок 43 – Виды запасов в зависимости от места в процессе общественного воспроизводства

Классификация товарных запасов представлена на рисунке 44.

Товарные запасы учитываются в абсолютных и относительных показателях.

Абсолютная величина товарных запасов может быть измерена в денежном выражении и натуральных единицах (тысячах, штуках), а также относительными показателями, которыми являются уровень обеспеченности товарными запасами, время товарного обращения, скорость обращения.



Рисунок 44 – Классификация товарных запасов торговли

Уровень обеспеченности товарными запасами ($Y_{tz(одн)}$) рассчитывается по формуле

$$Y_{tz(одн)} = \frac{TЗ}{PTO_{(одн)}},$$

где $TЗ$ – товарные запасы на определенную дату, млн р.;

$PTO_{(одн)}$ – планируемый однодневный товарооборот будущего периода, млн р.

Уровень обеспеченности товарными запасами характеризует, на сколько дней торговли достаточно этого запаса.

Период, в течение которого товарные запасы находятся в сфере обращения, называется временем товарного обращения. Данный показатель зависит от объема розничного товарооборота и величины средних товарных запасов за определенный период. Время товарного обращения (B) определяется по следующей формуле:

$$\hat{A} = \frac{\overline{\partial \zeta}}{\partial \hat{I}_{iit}},$$

где B – время товарного обращения, дней;

$\overline{TЗ}$ – средние товарные запасы за определенный период, млн р.;

$PTO_{одн}$ – однодневный товарооборот соответствующего периода, млн р.

Средние товарные запасы определяются по средней хронологической по формуле

$$\overline{\partial \zeta} = \frac{\frac{\partial \zeta}{2} + \partial \zeta + \partial \zeta + \dots + \frac{\partial \zeta}{2}}{i - 1},$$

где n – количество периодов (месяц, квартал и т. д.).

Товарооборачиваемость характеризует число дней, за которое оборачивается средний товарный запас.

Товарооборачиваемость может выражаться и числом оборотов среднего товарного запаса за определенный период, определяемым как частное от деления объема розничного товарооборота на средние товарные запасы. Скорость обращения товарных запасов (C) определяется по формуле

$$\tilde{N} = \frac{\partial \hat{I}}{\overline{\partial \zeta}},$$

где PTO – объем товарооборота за период, млн р.

Факторы, влияющие на состояние товарных запасов и их товарооборачиваемость, представлены на рисунке 45.



Рисунок 45 – Основные факторы, влияющие на состояние товарных запасов и их товарооборачиваемость

7.2. Анализ товарных запасов

Цель анализа товарных запасов заключается в выявлении резервов ускорения их оборачиваемости при одновременном обеспечении высокого качества обслуживания населения.

Задачи анализа товарных запасов представлены на рисунке 46.

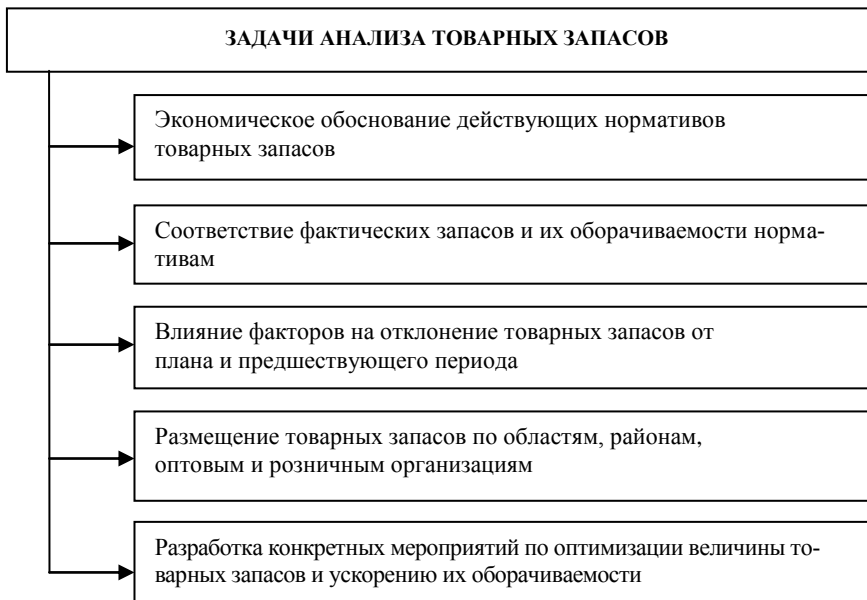


Рисунок 46 – Задачи анализа товарных запасов

Выделяют несколько этапов анализа.

На *первом этапе* в ходе анализа необходимо оценить состояние товарных запасов, установить экономическую обоснованность действующих нормативов, выявить факторы, оказывающие влияние на размер товарных запасов, проанализировать правильность их размещения между отдельными организациями.

Анализ товарных запасов должен показать, в какой мере они обеспечивают нормальное развитие товарооборота.

Отклонение фактических товарных запасов от норматива может быть вызвано различными причинами:

- завоз товаров без учета спроса населения;
- неравномерное размещение между организациями и предприятиями.

По результатам анализа состояния товарных запасов разрабатываются следующие конкретные мероприятия по оптимизации их размера:

- своевременная и качественная уценка товаров;
- перераспределение между отдельными предприятиями (организациями);

- развитие активных форм продажи;
- реализация избытка через оптовые ярмарки и др.

Второй этап – изучение времени и скорости обращения товарных запасов. При анализе товарооборачиваемости фактическая оборачиваемость сравнивается с нормативом и фактической оборачиваемостью предшествующего года. Анализ товарооборачиваемости производится в целом за год и поквартально. В процессе анализа выявляются причины ее замедления и ускорения.

На *третьем этапе* проводят анализ товарных запасов сезонного хранения, что позволяет выявить обеспеченность организации данными товарами и оценить выполнение плана и графика их завоза в отдельные районы.

Товарные запасы сезонного хранения анализируются по сравнению с плановой суммой, установленной на определенную дату. Их размер будет зависеть от условий работы автотранспорта, навигации, сроков и условий хранения.

К числу основных факторов, влияющих на товарные запасы, относят объем товарооборота, структуру товарооборота, скорость обращения товаров.

Объем товарооборота оказывает прямое влияние на размер товарных запасов. Зависимость между данными показателями нельзя понимать как пропорциональную. Темп роста товарооборота должен быть выше, чем темп роста товарных запасов.

Расширение ассортимента товаров сопровождается, как правило, и увеличением товарных запасов. Если же расширение ассортимента основывается на изучении покупательского спроса, то реализация данных товаров ускоряется, что приводит к их относительному сокращению.

Ускорение обращения товаров следует рассматривать как фактор, влияющий как на объем товарооборота, так и на величину товарных запасов.

Размер товарных запасов также зависит от формы торгового обслуживания.

7.3. Анализ поступления товаров

Анализ поступления товаров проводят в целом по торговой организации, товарным группам и товарам, источникам поступления, поставщикам. При этом используют как стоимостные, так и натуральные показатели.

В процессе анализа поступления по товарным группам и товарам необходимо установить следующее:

- процент выполнения плана поступления;
- отклонение размера поступления от плана и прошлого года;
- динамику поступления товаров;
- темп изменения объема реализации и др.

Основные направления анализа поступления товаров следующие:

• Изучение источников поступления товаров. В процессе анализа необходимо установить, от каких поставщиков и в каком объеме закупались товары в отчетном и прошлых годах, какие есть возможности расширения их закупки в будущем.

• Проверка соблюдения договоров поставки товаров отдельными поставщиками. В процессе анализа определяют степень выполнения договоров поставки по общему объему, ассортименту и качеству товаров, срокам их отгрузки, условиям транспортировки и упаковки, а также выявляют случаи нарушения договорных обязательств, если они имели место, и устанавливают их причины.

• Оценки ритмичности поставки товаров. В процессе анализа изучают выполнение плана поступления товаров по кварталам, месяцам, декадам и отдельным дням, по продовольственным товарам.

• Изучение организации доставки товаров, выполнение заявок и заказов розничных торговых организаций, соблюдение графика заво-
за и др.

Завершается анализ обобщением выявленных резервов роста товарных ресурсов, а также разработкой рекомендаций по совершенствованию товароснабжения и повышению эффективности использования товарных ресурсов.

7.4. Планирование величины товарных запасов в розничной торговле

Организация планирования в большинстве случаев начинается с установления рекомендуемой (необходимой) величины товарных запасов в днях и сумме по товарным группам и в целом по организации.

С этой целью можно использовать следующие этапы:

- обоснование необходимой величины запасов (в днях и сумме) по товарным группам;
- установление величины товарных запасов по магазинам;
- определение величины товарных запасов в целом по организации.

Для определения необходимой величины товарных запасов по структурным звеньям используют информацию о следующих показателях:

- розничном товарообороте по группам товаров в отчетном году и планируемых показателях;
- товарных запасах по общему объему и структуре, их оборачиваемости;
- расходах по реализации по отдельным статьям;
- размерах доходов (торговых надбавок), уровне цен на товары;
- наличии собственных оборотных средств и размерах используемых кредитов, платы процентов за кредит, потребности в кредитных ресурсах.

Этапы планирования товарных запасов представлены на рисунке 47.

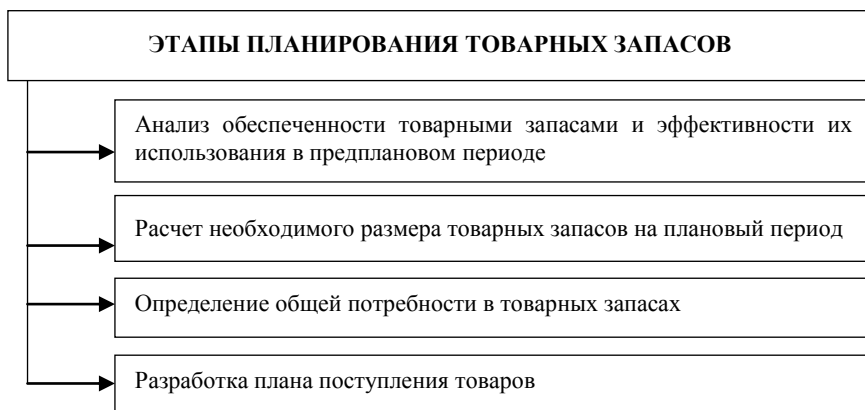


Рисунок 47 – Этапы планирования товарных запасов

До 1992 г. действовал порядок, согласно которому первоначально обосновывался норматив товарных запасов в днях к товарообороту и в сумме на IV квартал планируемого года. На другие кварталы их величина определялась путем распределения прироста норматива товарных запасов в сумме, вычисленного как разница между установленным нормативом товарных запасов в сумме на IV квартал планируемого и IV квартал отчетного года. Величина квартального прироста распределялась делением указанной разницы на 4 (число кварталов) или пропорционально доле товарооборота каждого квартала в годовом объеме товарооборота.

Основные методы планирования товарных запасов в розничной торговле представлены на рисунке 48.

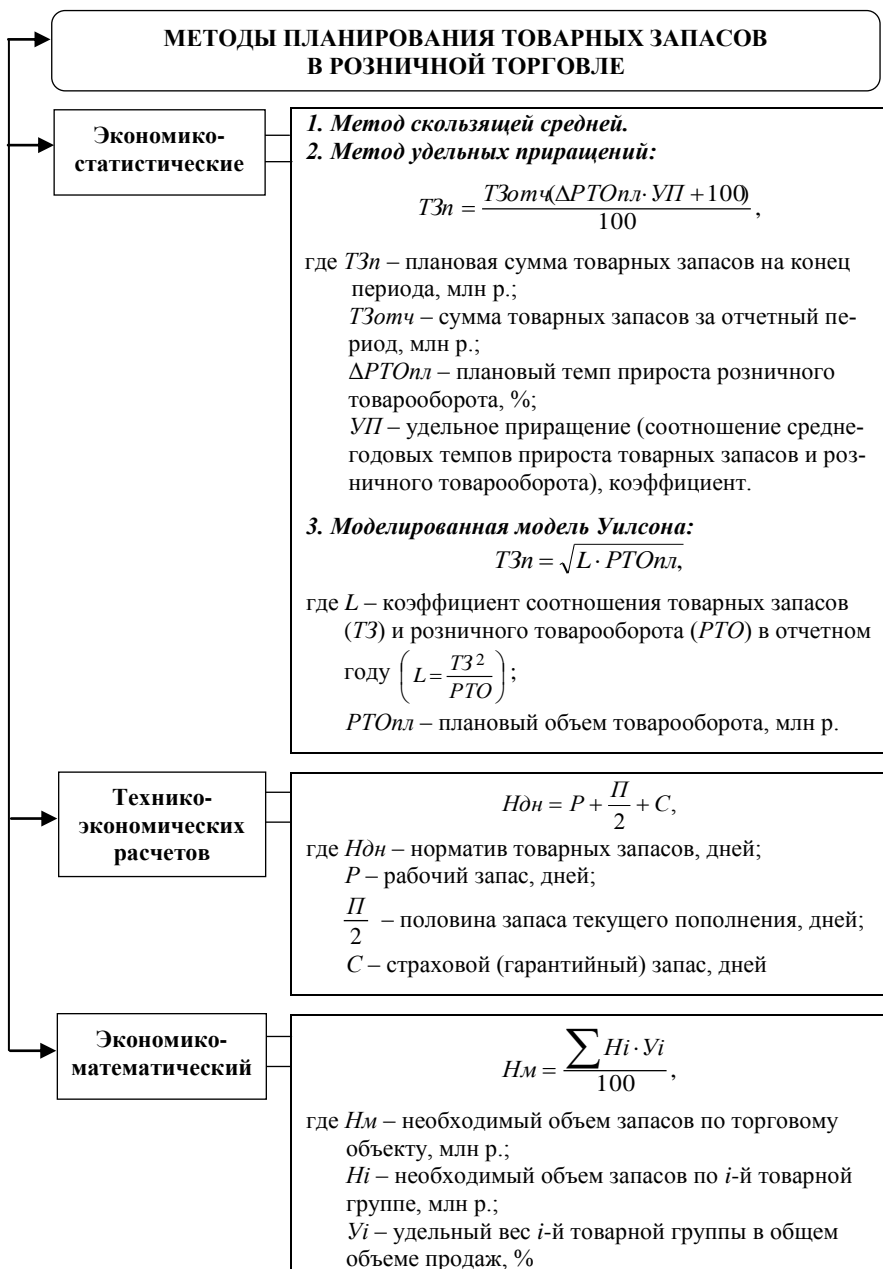


Рисунок 48 – Методы планирования товарных запасов в розничной торговле

При установлении необходимой величины товарных запасов на каждый квартал в отдельности используется *опытно-статистический метод*. Сущность метода заключается в установлении необходимой величины запасов (в днях и в сумме) исходя из сложившихся тенденций изменения товарооборачиваемости и факторов, влияющих на нее, с учетом ожидаемых изменений последних в планируемом периоде.

Данный метод является основным при определении необходимой величины по группам товаров, доля которых в товарообороте менее одного процента и по небольшим предприятиям.

По группам товаров, которые занимают значительное место в розничном товарообороте, этот метод используется наряду с другими.

Элементы товарного запаса, определенные по методу технико-экономических расчетов, представлены на рисунке 49.

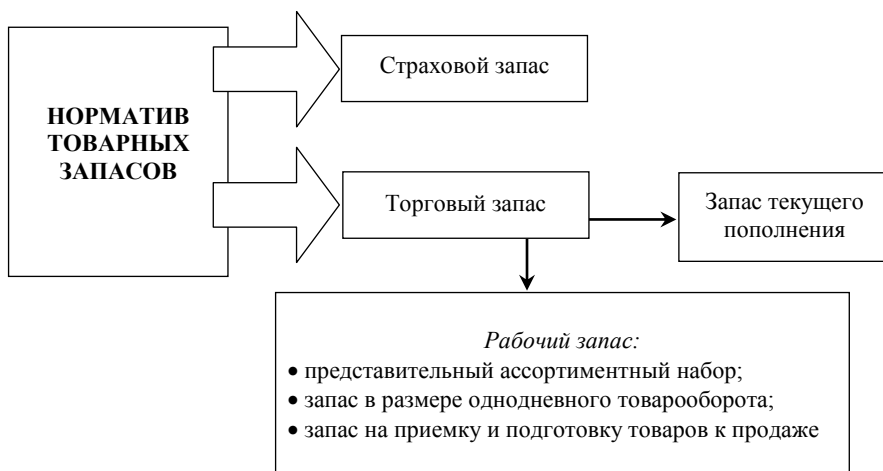


Рисунок 49 – Элементы товарного запаса, определяемого по методу технико-экономических расчетов

Рабочий запас включает представительный ассортиментный набор, запас в размере однодневного оборота и запас на приемку и подготовку товаров к продаже.

Представительный ассортиментный набор – это демонстрационный запас, находящийся в торговом зале, который должен содержать

все многообразие ассортимента товаров данной товарной группы. Величина представительного набора определяется с учетом средней цены единицы товара, количества разновидностей товаров в продаже и однодневного оборота по реализации данной группы товаров. Размер запаса на прием и подготовку товаров к продаже (разбраковку, фасовку, упаковку и т. п.) зависит от затрат времени на выполнение этих операций и составляет примерно до трех дней с учетом потребительских свойств отдельных товаров.

Запас текущего пополнения зависит от частоты завоза товаров и комплектности поступления, которая характеризует среднее количество ассортиментных разновидностей, обновляемое каждой партией поставки. Комплектность одной партии определяется путем деления общего числа разновидностей товаров данной группы на количество их разновидностей, поступающих в одной партии. В период между очередным завозом товаров запас пополнения колеблется, поэтому при расчете норматива учитывается половина частоты завоза товаров.

Рабочий запас и запас текущего пополнения в совокупности составляют *торговый запас*.

Величина *страхового запаса* обычно определяется в процентах от размера торгового запаса в зависимости от влияния факторов, вызывающих необходимость создания такого запаса.

Расчет необходимой величины товарных запасов методом технико-экономических расчетов определяется по формуле

$$H = P + \frac{\dot{I}}{2} + C,$$

где H – норматив товарных запасов, дней;

P – рабочий запас, который должен постоянно находиться в торговом зале, дней;

$\frac{\dot{I}}{2}$ – запас текущего пополнения, предназначенный для обеспечения бесперебойной продажи товаров на период до их очередного поступления, дней;

C – страховой (гарантийный) запас, предназначенный для обеспечения бесперебойной продажи товаров в случае возникновения непредвиденных обстоятельств (изменение спроса, неравномерность поставки товаров и т. п.), дней.

Запас текущего пополнения предназначен для бесперебойной торговли между очередными завозами товара. В момент поступления товаров создаются максимальные запасы и перед очередным завозом их величина будет минимальной.

Использование *экономико-математических методов* позволяет определить общую величину товарных запасов на основе увязки объема товарооборота и поставки товаров, стоимости хранения единицы товара, среднего размера запасов, числа поставок.

Необходимый размер запасов в целом по магазину (H_m) можно определить по формуле

$$H_i = \frac{\sum H_i \cdot Y_i}{100},$$

где H_i – необходимый размер запасов по i -й товарной группе;

Y_i – удельный вес i -й товарной группы в общем объеме продаж по магазину.

7.5. Планирование поступления товаров

Основными задачами планирования поступления товаров в розничной торговле являются обеспечение выполнения плана розничного товарооборота по общему объему и ассортименту, образование необходимой величины товарных запасов, более полное удовлетворение спроса покупателей.

Планирование поступления товаров осуществляется по следующей формуле балансовой увязки показателей розничного товарооборота:

$$Z_n + \Pi = P + Z_k \rightarrow \Pi = P + Z_k - Z_n,$$

где Z_n – товарные запасы на начало планируемого года, млн р.;

Π – поступление товаров, млн р.;

P – оборот по реализации товаров, млн р.;

Z_k – товарные запасы на конец планируемого года, млн р.

Главное при определении поступления товаров – план розничного товарооборота по общему объему и ассортименту.

Кроме того, поступление товаров находится в неразрывной связи с изменением товарных запасов на начало и конец планируемого периода.

Товарные запасы на начало планируемого периода определяются как ожидаемые, исходя из фактического их состояния на последнюю дату (до начала планируемого периода), ожидаемого поступления и реализации в оставшийся период года или квартала.

Заключительным этапом планирования показателей розничного товарооборота является разработка комплекса организационно-технических и экономических мероприятий по выполнению плана розничного товарооборота.

Разработкой организационных мероприятий занимаются экономическая и коммерческая службы.

Основные *организационно-технические мероприятия* включают:

- совершенствование организации продажи товаров;
- обеспечение кадрами;
- работа предприятий в соответствии с утвержденными графиками;
- улучшение организации труда;
- своевременное пополнение товарных запасов;
- повышение культуры обслуживания населения и др.

К *экономическим мероприятиям* относятся экономическое обоснование планируемых показателей, тщательный анализ и устранение недостатков, обоснование положения о премировании труда работников и др.

Тема 8. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА И ЕГО ТОВАРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

8.1. Цель, информационная база и этапы анализа оптового товарооборота

Целью анализа оптового товарооборота является оценка положения оптовой организации на рынке и объема данного вида деятельности с позиции получения необходимой прибыли.

Основные задачи анализа оптового товарооборота целесообразно разделить на две группы. Во-первых, необходимо исследовать процесс реализации товаров и услуг в разрезе покупателей, степень

удовлетворения их потребности и оценить уровень конкуренции на соответствующем рынке.

Во-вторых, необходимо произвести анализ источников закупок, правил отбора поставщиков товаров, условий разовых и постоянных закупок, а также изучить политику цен, осуществление контроля за поступлением товаров.

Традиционно экономический анализ оптового товарооборота и его показателей включает следующие основные этапы:

1. Анализ оптового товарооборота по общему объему в целом по оптовой организации, а также по ее структурным подразделениям.

2. Анализ ассортиментной структуры оптового товарооборота.

3. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости в оптовом звене.

4. Анализ поступления товаров в оптовое звено. Балансовая увязка показателей оптового товарооборота.

Информационной базой для проведения анализа оптового товарооборота и его показателей являются следующие источники:

1. Результаты экономического анализа, а также планы оптового товарооборота и розничного товарооборота зоны обслуживания по сопоставимому кругу реализуемых товаров.

2. Бухгалтерская отчетность:

- Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (ведомственная форма бухгалтерской отчетности потребительской кооперации);

- Отчет о прибылях и убытках.

3. Статистическая отчетность:

- Отчет о деятельности организации оптовой торговли (форма 1-торг (опт));

- Отчет об объеме оптового товарооборота (форма 12-торг (опт)).

4. Прочие материалы:

- заявки оптовой организации на товары;

- данные о выборке фондов товаров;

- оперативные данные о поступлении товаров в оптовые организации;

- информация о покупательском спросе населения;

- материалы, характеризующие материально-технический потенциал оптовой организации.

Направления анализа оптового товарооборота представлены на рисунке 50.

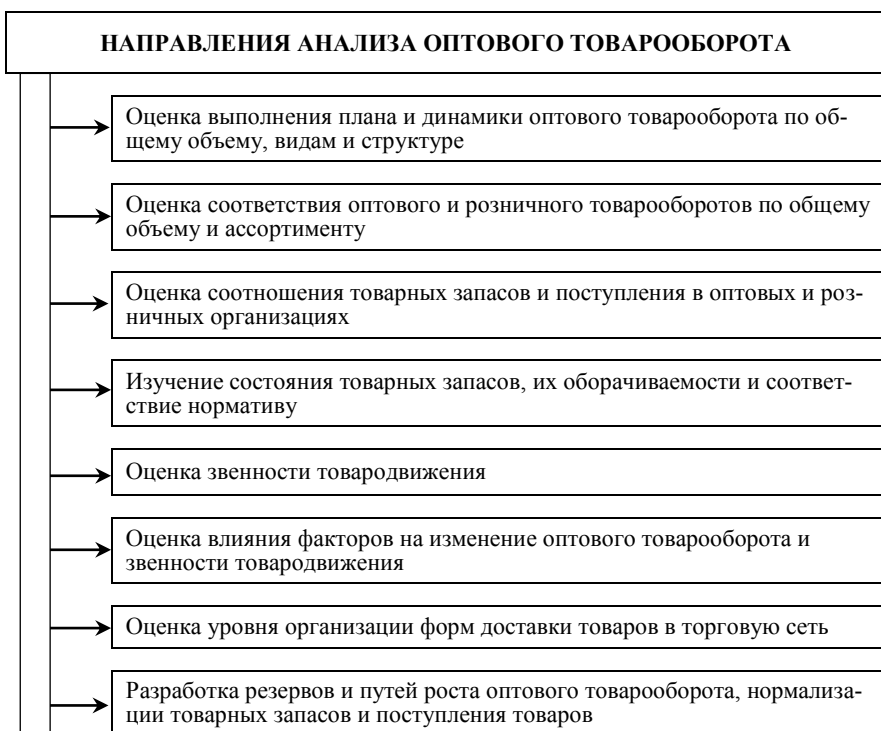


Рисунок 50 – Направления анализа оптового товарооборота

В процессе анализа оптового товарооборота изучают следующие показатели:

- динамику общего объема товарооборота и по товарным группам в действующих и сопоставимых ценах;
- долю оптового товарооборота организации по товарным группам и по общему объему на товарных рынках региона;
- долю розничных и других покупателей в общем товарообороте и по основным товарным группам;
- структуру оптового товарооборота;
- отношение оптового товарооборота к розничному и коэффициент звенности товародвижения в динамике по зоне деятельности организации и в сравнении с показателями по региону в целом.

Для расчета коэффициента звенности товародвижения ($K_{зв}$) следует использовать следующую формулу:

$$\hat{E}_{\alpha\zeta} = \frac{\begin{matrix} \hat{\imath}\hat{\iota}\hat{\alpha}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{\eta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\delta} \ \hat{\iota}\hat{\delta} + \hat{D}\hat{\imath}\hat{\zeta}\hat{\iota}\hat{\epsilon}\hat{\div}\hat{\imath}\hat{\imath}\hat{\epsilon} \\ \hat{\delta}\hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{\eta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\delta} \ \hat{\iota}\hat{\delta} \ \hat{\delta}\hat{\imath}\hat{\delta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\epsilon}\hat{\epsilon} + \hat{D}\hat{\imath}\hat{\zeta}\hat{\iota}\hat{\epsilon}\hat{\div}\hat{\imath}\hat{\imath}\hat{\epsilon} \\ \hat{\delta}\hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{\eta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\delta} \ \hat{\iota}\hat{\delta} \ \hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\eta}\hat{\delta}\hat{\alpha}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\imath} \ \hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\imath} \ \hat{\imath}\hat{\epsilon}\hat{\delta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\epsilon}\hat{\gamma} \end{matrix}}{\begin{matrix} \hat{D}\hat{\imath}\hat{\zeta}\hat{\iota}\hat{\epsilon}\hat{\div}\hat{\imath}\hat{\imath}\hat{\epsilon} \ \hat{\delta}\hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{\eta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\delta} \ \hat{\iota}\hat{\delta} \ \hat{\delta}\hat{\imath}\hat{\delta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\epsilon}\hat{\epsilon} + \\ + \hat{D}\hat{\imath}\hat{\zeta}\hat{\iota}\hat{\epsilon}\hat{\div}\hat{\imath}\hat{\imath}\hat{\epsilon} \ \hat{\delta}\hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{\eta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\delta} \ \hat{\iota}\hat{\delta} \ \hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\eta}\hat{\delta}\hat{\alpha}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\imath} \ \hat{\imath}\hat{\alpha}\hat{\imath} \ \hat{\imath}\hat{\epsilon}\hat{\delta}\hat{\alpha}\hat{\imath}\hat{\epsilon}\hat{\gamma} \end{matrix}}$$

Коэффициент звенности характеризует процесс движения товаров от предприятий-изготовителей с помощью организаций розничной торговли до конечного потребителя.

Информация для анализа рынка закупок может быть получена от *внутренних* (о поставщиках, с которыми ведется или велась работа в прошлом) и *внешних источников* (путеводители по закупкам, ярмаркам, каталоги и проспекты по продажам, специальные издания, отраслевые реестры и т. д.).

Оптовые организации изучают ритмичность поставок, используя расчеты коэффициента вариации и среднего квадратического отклонения.

8.2. Оценка факторов, воздействующих на оптовый товарооборот

На динамику оптового товарооборота оказывают влияние следующие группы факторов:

1. Факторы, связанные с товарным обеспечением оптового товарооборота. Влияние этой группы факторов рассчитывается с использованием формул балансовой увязки:

$$З_n + П_o = ОТО + З_k;$$

$$ОТО = З_n + П_o - З_k,$$

где *ОТО* – оптовая реализация товаров, млн р.;

П_о – поступление товаров в оптовое звено, млн р.;

З_н – товарные запасы на начало периода в оптовом звене, млн р.

З_к – товарные запасы на конец периода в оптовом звене, млн р.

2. Факторы, связанные с эффективностью использования трудового потенциала оптовой организации – производительность труда работников оптовой организации, их среднесписочная численность, в том числе складских работников, средняя заработная плата и др. Как правило, влияние этой группы факторов рассчитывается методом цепных подстановок.

Порядок расчета на величину оптового оборота среднесписочной численности работников оптовой организации и их производительности труда можно представить следующим образом:

$$\pm \Delta \sum OTO_{nm} = (ПТ_1 - ПТ_0) \cdot Ч_1,$$

$$\pm \Delta \sum OTO_{\text{ч}} = (Ч_1 - Ч_0) \cdot ПТ_0,$$

где $\pm \Delta \sum OTO_{nm}$ – изменение суммы оптового товарооборота в действующих или сопоставимых ценах за счет производительности труда работников оптовой организации, млн р.;

$\pm \Delta \sum OTO_{\text{ч}}$ – изменение суммы оптового товарооборота в действующих или сопоставимых ценах за счет среднесписочной численности работников оптовой организации, млн р.;

$ПТ_1$ – производительность труда работников оптовой организации в действующих или сопоставимых ценах за отчетный период, млн р.;

$ПТ_0$ – производительность труда работников оптовой организации в действующих или сопоставимых ценах за базисный период, млн р.;

$Ч_1$ – среднесписочная численность работников оптовой организации за отчетный период, чел.

$Ч_0$ – среднесписочная численность работников оптовой организации за базисный период, чел.

3. Факторы, связанные с состоянием и эффективностью использования материально-технического потенциала оптовой организации. К этим факторам можно отнести количество оптовых складов, их размер по величине складской площади, общий размер складской площади, величину оптового оборота на единицу складской площади и др.

Расчет влияния на величину оптового оборота размера складской площади и объема оптовой реализации на ее единицу выглядит следующим образом:

$$\pm \Delta \sum OTO_n = (H_1 - H_0) \cdot S_1,$$

$$\pm \Delta \sum OTO_s = (S_1 - S_0) \cdot H_0,$$

где $\pm \Delta \sum OTO_n$ – изменение суммы оптового оборота в действующих или сопоставимых ценах за счет нагрузки, млн р.;

$\pm \Delta \sum OTO_s$ – изменение суммы оптового оборота в действующих или сопоставимых ценах за счет размера складской площади, р.;

H_1 – объем оптового оборота на единицу складской площади в действующих или сопоставимых ценах за отчетный период, млн р.;
 H_0 – объем оптового оборота на единицу складской площади в действующих или сопоставимых ценах за базисный период, млн р.;
 S_1 – общий размер складской площади оптовой организации за отчетный период, м²;
 S_0 – общий размер складской площади оптовой организации за базисный период, м².

Особое внимание при проведении анализа оптового товарооборота и его показателей должно уделяться факторному анализу звенности товародвижения. Звенность товародвижения находится под влиянием двух основных факторов:

- изменения структуры розничного товарооборота зоны обслуживания;
- изменения установленных схем завоза товаров по отдельным товарным группам.

Расчет влияния этих факторов осуществляется методом процентных чисел.

8.3. Анализ товарных запасов и поступления товаров в оптовой торговле

Цель анализа – определить размер товарных запасов, необходимых для бесперебойного снабжения розничных организаций и других субъектов хозяйствования.

Основные задачи анализа:

- выявление соответствия товарных запасов нормативам;
- изучение размещения товарных запасов между розничной и оптовой торговлей;
- оценка изменений, происходящих в объеме и структуре товарных запасов;
- разработка мероприятий по оптимизации товарных запасов.

Методика анализа товарных запасов и товарооборачиваемости в оптовой торговле аналогична методике анализа этих показателей в розничной торговле. С целью обеспечения сопоставимости экономического анализа исследование товарных запасов в оптовом звене производится в розничных ценах.

Анализ товарных запасов в оптовой торговле проводится в определенной последовательности.

При анализе сезонных товаров изучают:

- выполнение планов по накоплению сезонных запасов товаров;
- своевременность и полноту их кредитования (могут быть льготные условия);
- своевременность вовлечения сезонных товарных запасов в товарооборот.

В процессе анализа следует также изучить правильность распределения товарных запасов между оптовой и розничной торговлей.

Особое внимание уделяют анализу поступления товаров. В процессе анализа определяют выполнение плана и динамику поступления товаров, а также долю завоза товаров от местных поставщиков.

Изучение источников поступления товарных запасов проводят по всем товарным группам и товарам.

Важным вопросом анализа является изучение качества поступивших товаров по данным отчетов по контрольной проверке качества поступивших товаров и текущего учета. С этой целью устанавливают доли проверенных товаров в общем объеме поступивших товаров, переведенных в пониженные сорта и брак, товаров, возвращенных поставщикам, а также число предъявленных претензий за нарушение качества товаров.

Завершается анализ обобщением выявленных резервов оптимизации товародвижения и товарных запасов.

8.4. Планирование товарооборота оптовых организаций

Главная задача планирования оптового товарооборота – определение потребности в товарах номенклатуры оптовой организации и источников их поступления для обеспечения розничного товарооборота торговых организаций, снабжение которых она осуществляет.

Оптовые организации должны самостоятельно разрабатывать и утверждать следующие плановые показатели:

- общий товарооборот организаций оптовой торговли, оптовый товарооборот, потоварные нормативы товарных запасов;
- товарное обеспечение плана оптового товарооборота и поступление товаров по общему объему и в ассортименте.

В условиях рыночной конкуренции – целесообразно принять многовариантные подходы к планированию оптового товарооборота, что позволит, в свою очередь, выбрать наиболее оптимальный и обоснованный вариант плана (рисунки 51).



Рисунок 51 – Основные методы планирования оптового товарооборота

Первым вариантом, наиболее традиционным и распространенным в практической деятельности оптовых организаций, в том числе системы потребительской кооперации, является метод от частного к общему. Его сущность заключается в первоначальном планировании оптового товарооборота по отдельным товарным группам, а затем на основании обобщения рассчитанных планов определяется общая плановая сумма оптового товарооборота. Использование такого варианта планирования дает возможность оптовым торговым организациям ориентироваться на рационализацию звенности товародвижения.

Реализация данного варианта планирования оптового товарооборота осуществляется по следующей схеме:

1. Определение общей потребности в данной товарной группе ($P_{общ}$), которая складывается из потребностей организаций розничной торговли ($P_{розн}$), общественного питания ($P_{общ}$) и промышленности ($P_{пром}$):

$$P_{общ} = P_{розн} + P_{общ} + P_{пром}.$$

2. Определение объема поставок данной товарной группы, минуя складское звено ($O_{мин\ скл.}$).

3. Расчет объема оптового оборота по данной товарной группе (ОТО):

$$ОТО = P_{общ} - O_{мин\ скл.}$$

4. Определение в соответствии с установленными схемами завоза товаров объема оборота торгового посредничества, а также других видов оптового оборота.

5. Определение всего объема оптового товарооборота по товарным группам путем суммирования различных видов оптового товарооборота.

В большинстве случаев оптовые организации устанавливают объем продажи товаров и оказания услуг на основе расчетно-аналитического метода.

Первоначально необходимо установить, каким покупателям будут реализовываться определенные товары и оказываться услуги.

Плановая величина оптового товарооборота устанавливается с учетом:

- запросов и заказов оптовых покупателей;
- регулярных опросов определенных групп оптовых покупателей;
- информации собственных специалистов, которые работают с покупателями;
- данных о состоянии рынка, биржевых докладов, публикаций в специальных журналах;
- статистики по сбыту в целом по организации и по группам покупателей.

Величину оптового товарооборота на предстоящий период можно прогнозировать и на основе использования экономико-математических моделей на ЭВМ.

В модель включают следующие факторы:

- темп изменения объема розничного товарооборота зоны обслуживания, %;
- темп изменения объема выпуска продукции предприятий, являющихся оптовыми покупателями, %;
- темп изменений объема розничного товарооборота по непродовольственным товарам зоны обслуживания, %;
- временной тренд, %.

А сама модель должна выглядеть следующим образом:

$$y_{xa} = a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + \dots ,$$

где a_1 , a_2 , a_3 – параметры уравнения.

Расчеты оптового товарооборота можно выполнить и на основе обработки динамических рядов показателей отношения оптового товарооборота к розничному с использованием метода скользящей средней.

8.5. Планирование товарных запасов и поступления товаров в оптовой торговле

Планирование товарных запасов в оптовой торговле нацелено на обеспечение достаточной концентрации товаров на складах для регулярного снабжения ими розничной сети и других потребителей в необходимом ассортименте.

При этом необходимо увеличение доли оптовых баз в общем объеме запасов товаров и более эффективное использование материально-технической базы.

Планирование товарных запасов в оптовом звене следует проводить не изолировано, а в увязке с общим размером запасов (розничное звено) и с учетом необходимости повышения экономической эффективности всего процесса товародвижения.

Для определения норматива товарных запасов (H) по группам товаров, которые поступают на базу в полном ассортименте, можно использовать следующую формулу:

$$H = M + \frac{\Pi}{2},$$

где M – минимальный запас;

$\frac{\Pi}{2}$ – средний запас текущего пополнения.

Минимальный запас определяется по формуле

$$M = B + P_1 + P_2,$$

где B – время, необходимое на складские операции;

P_1 – резервный запас на случай неравномерности поставки;

P_2 – резервный запас на случай повышенного спроса.

Резервные запасы обычно определяются в процентах от частоты поступления товара или частоты в целом по товарной группе. Средний запас текущего пополнения по товарам простого ассортимента равен половине срока частоты завоза товара.

По товарам сложного ассортимента запас текущего пополнения определяется с учетом коэффициента комплектности поставок по формуле

$$H = M + \frac{\Pi}{2K},$$

где K – коэффициент комплектности поставок, определяемый соотношением между количеством разновидностей товаров, поступающих в одной партии и общим количеством разновидностей товаров по ассортиментному перечню.

Пример решения задачи

Определите норматив товарных запасов оптовой базы по группе «Чулки и носки» на основе следующих данных:

- количество разновидностей по ассортиментному перечню – 124 ед.;
- количество разновидностей, поступающих в одной партии – 10 ед.;
- интервал между завозами – 9 дней;
- время, необходимое на складские операции, – 2 дня;
- резервный запас на случай неравномерности поставки – 20%;
- резервный запас на случай повышенного спроса – 20%.

Решение

1. Минимальный запас равен

$$M = 2 + \frac{9 \cdot 20}{100} + \frac{9 \cdot 20}{100} = 5,6 \text{ (дней)}.$$

2. Норматив составляет

$$H = 5,6 + 9 : \left(2 \cdot \frac{10}{124} \right) = 61,5 \text{ (дней)} \approx 62 \text{ (дней)}.$$

Норматив товарных запасов в сумме по каждой группе товаров рассчитывается на основе намеченного норматива в днях и планового однодневного товарооборота. В целом по оптовой организации он представляет собой сумму потоварно-групповых запасов.

Сезонные товарные запасы нормируются в абсолютной сумме. Расчет производится на основе периода времени, в течение которого должна быть организована торговля этими товарами, и планового однодневного оборота по данным товарам в установленный период времени.

Поступление товаров оптовая организация рассчитывает по каждой товарной группе на основе балансовой увязки показателей оптового товарооборота по формуле

$$П = О + ТЗ_{к} + В - ТЗ_{н},$$

где $П$ – потребность в товарах оптовой организации;

$О$ – оптовый товарооборот на планируемый период;

$ТЗ_{к}$ – товарные запасы на конец планируемого периода;

$В$ – прочее выбытие товаров;

$ТЗ_{н}$ – товарные запасы на начало планируемого периода.

Общий объем поступления устанавливают путем суммирования потребностей по всем товарным группам.

Также большое внимание необходимо уделить критериям выбора поставщиков, в том числе на цены, сроки и объемы поставок, обеспечение нужного качества, надежность, условия расчетов, упаковку и т. д.

Тема 9. ДОХОДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

9.1. Сущность и состав доходов организации

Существуют различные подходы к понятию «доход» как категории экономики.

Согласно международным стандартам финансовой отчетности доход – это валовой приток экономических выгод за период, возникающий в ходе обычной деятельности организации, когда этот приток приводит к увеличению собственного капитала, за исключением вкладов акционеров.

Доход – это получение организацией собственных средств в денежной или натуральной форме в качестве оплаты за реализованную продукцию, работы, имущество, определяемое за отчетный период, а также поступления от других видов деятельности. В национальном экономическом обороте понятие и состав доходов регламентируются Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сентября 2011 г. № 102.

Доходы согласно инструкции – увеличение экономических выгод в течение отчетного периода путем увеличения активов или уменьшения обязательств, ведущее к увеличению собственного капитала организации, не связанному с вкладами собственника ее имущества (учредителей, участников).

Экономическая выгода представляет собой возможность имущества организации способствовать притоку денежных средств или иных активов в организацию.

По характеру деятельности совокупный доход организации делится на доходы по текущей деятельности, доходы по инвестиционной деятельности, доходы по финансовой деятельности и иные доходы (рисунок 52).

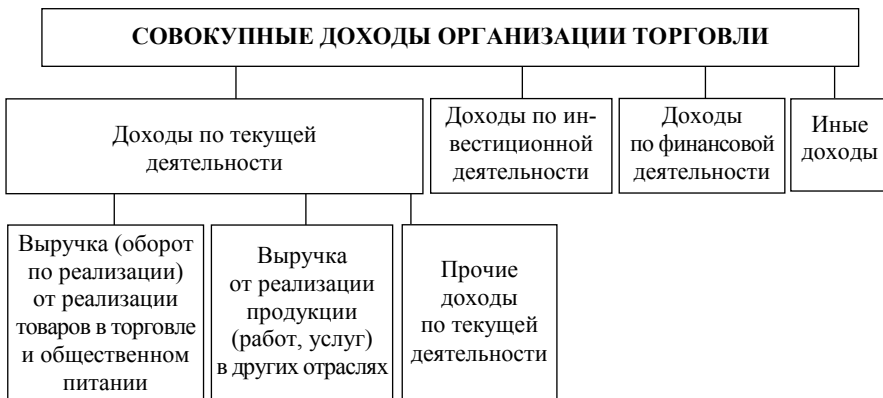


Рисунок 52 – Совокупные доходы организации торговли

Доходами не являются следующие поступления:

- суммы НДС, акцизов и других обязательных платежей в составе выручки и других доходов;
- суммы авансов, задатков и предоплаты за товары и готовую продукцию;
- стоимость имущества, полученного в залог;
- вклады других организаций и физических лиц в уставный фонд данной организации и др.

Доходы по текущей деятельности – выручка от основных (уставных) видов деятельности организации и прочие поступления

ния, не относящиеся к инвестиционной, финансовой и иной деятельности (прочие доходы по текущей деятельности) (рисунок 53).

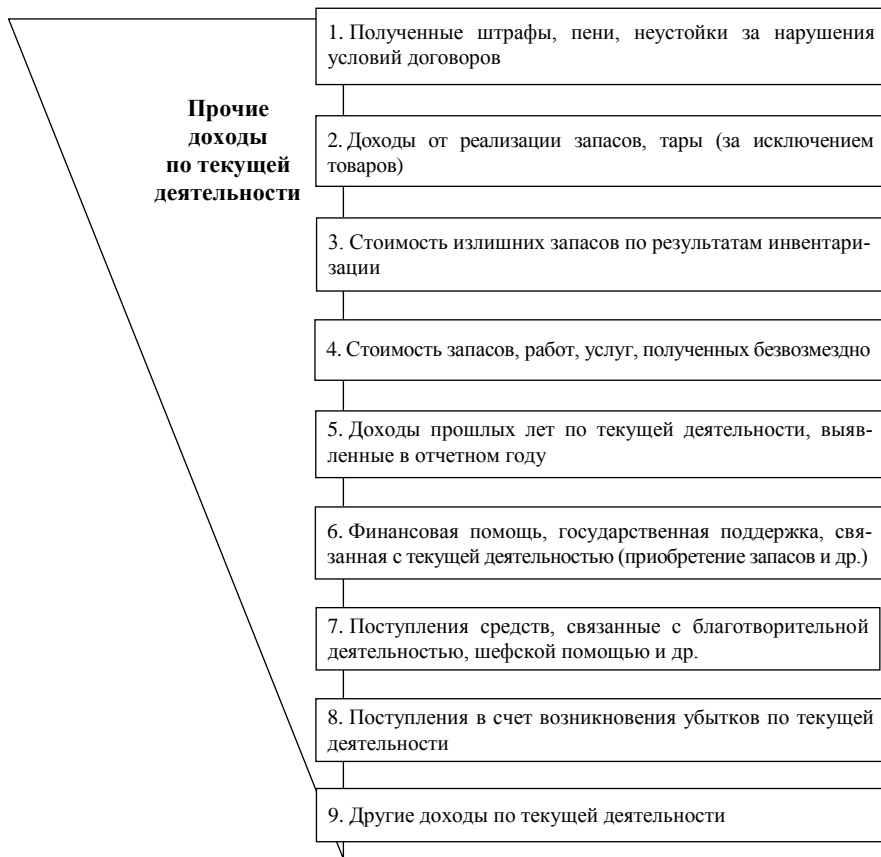


Рисунок 53 – Состав прочих доходов по текущей деятельности

Доходы по инвестиционной деятельности – поступления от реализации долгосрочных активов (основных средств и др.) и вложений в долгосрочные активы, а также от предоставления финансовых вложений (проценты) (рисунок 54).

Доходы по финансовой деятельности – поступления, приводящие к увеличению собственного капитала организации и изменению его состава (рисунок 55).

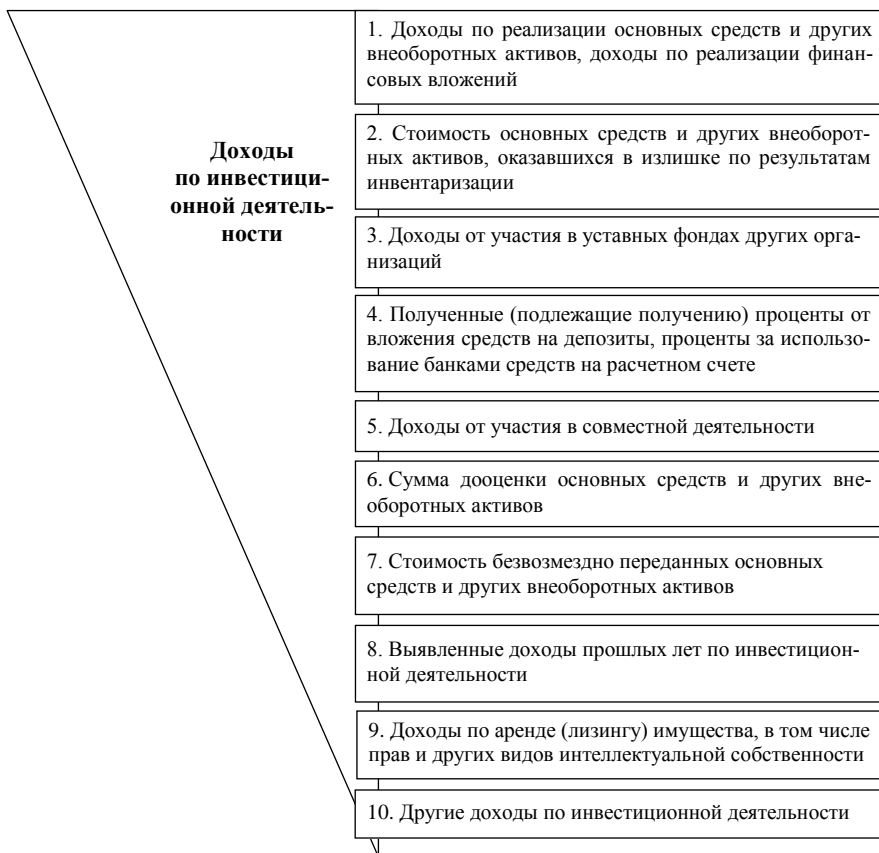


Рисунок 54 – Состав доходов по инвестиционной деятельности

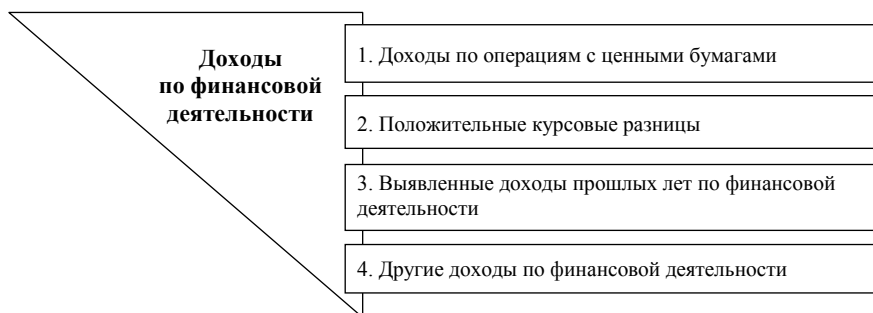


Рисунок 55 – Состав доходов по финансовой деятельности

Иные доходы – это поступления, не относящиеся к текущей, инвестиционной и финансовой деятельности (рисунок 56).

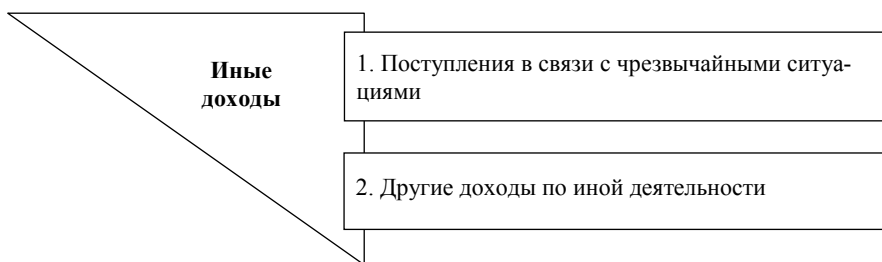


Рисунок 56 – Состав иных доходов

Таким образом, сумма всех четырех видов доходов образует совокупный доход организации, или валовую выручку.

9.2. Понятие валового дохода от реализации в торговле и его виды

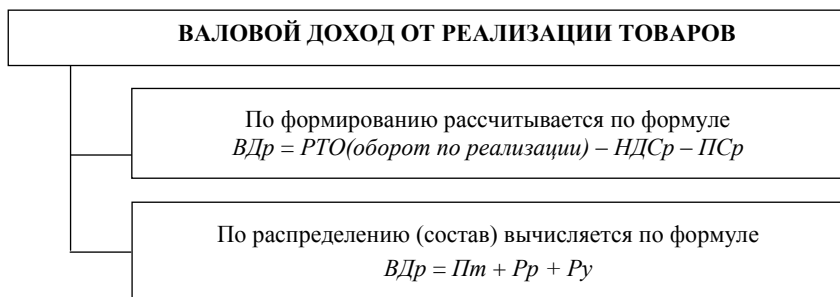
Наибольший удельный вес в совокупном доходе организаций торговли занимает валовой доход от реализации.

Согласно ГОСТ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения», введенному 1 ноября 2003 г., *валовой доход торговли* представляет собой показатель, характеризующий финансовый результат торговой деятельности. Он определяется как превышение выручки от продажи товаров над затратами по их приобретению за определенный период времени.

Как экономическая категория *валовой доход от реализации* представляет собой часть стоимости товара (доходов по текущей деятельности), предназначенную для покрытия текущих расходов торговли и получения прибыли.

В денежном выражении *валовой доход* представляет собой сумму торговых скидок и надбавок от проданных товаров за определенный период времени.

Валовой доход от реализации определяется двумя способами – по формированию и распределению (рисунок 57).



Условные обозначения:

ВДр – валовой доход от реализации; *РТО* – розничный товарооборот (оборот по реализации); *НДСр* – налог на добавленную стоимость с реализованных товаров; *ПСр* – покупная стоимость реализованных товаров; *Пм* – прибыль от реализации в торговле; *Рр* – расходы на реализацию (издержки обращения), *Ру* – управленческие расходы.

Рисунок 57 – Формирование и распределение валового дохода от реализации товаров

Валовой доход от реализации выражается как в абсолютной форме (или денежной сумме), так и в относительной. Относительную форму валового дохода от реализации называют *уровнем валового дохода*. Он определяется в целом по организации, отдельным отраслям и товарным группам.

К показателям состояния и динамики доходов относятся уровень валовых доходов от реализации, размер и темп изменения уровня (таблица 7).

Таблица 7 – Показатели состояния и динамики валовых доходов от реализации

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
1. Уровень валового дохода по организации в целом	$У_{ВДи} = \frac{ВД_0}{ВТ} \cdot 100$	$У_{ВДи}$ – уровень валового дохода по организации в целом, %; $ВД_0$ – валовой доход от реализации по организации в целом, млн р.; $ВТ$ – валовой товарооборот (сумма розничного, оптового, заготовительного товарооборотов и товарооборота общественного питания), млн р.

Окончание таблицы 7

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
2. Уровень валового дохода розничной торговли	$\hat{O}_{\hat{A}\hat{A}\hat{o}} = \frac{\hat{A}\hat{A}\hat{o}}{\hat{D}\hat{O}\hat{I}_{(\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{o} \text{ и } \hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{d})}} \cdot 100$	$U_{BДт}$ – уровень валового дохода розничной торговли, %; $BДт$ – валовой доход розничной торговли, млн р.; $РТО$ – розничный товарооборот
3. Уровень валового дохода по товарной группе	$U_{BДтг} = \frac{ТНт}{(100 + ТНо + ТНт)K_{НДС}} \cdot 100$	$U_{BДтг}$ – уровень валового дохода по товарной группе, %; $ТНт$ – размер торговой надбавки, %; $ТНо$ – размер оптовой надбавки, %; $K_{НДС}$ – коэффициент ставки НДС (1,1; 1,2)
4. Размер изменения уровня валовых доходов	$P_{\Delta V} = \hat{O}_{\hat{A}\hat{A}1} - \hat{O}_{\hat{A}\hat{A}0_{(\hat{w}\hat{a}\hat{t})}}$	$P_{\Delta V}$ – размер изменения уровня валовых доходов, %; $U_{BД1}$ – уровень валовых доходов от реализации отчетного года, %; $U_{BД0_{(план)}}$ – уровень валовых доходов от реализации предшествующего года (плановый), %
5. Темп изменения уровня валовых доходов	$T_{\Delta V} = \frac{\hat{O}_{\hat{A}\hat{A}1} - \hat{O}_{\hat{A}\hat{A}0_{(\hat{w}\hat{a}\hat{t})}}}{\hat{O}_{\hat{A}\hat{A}0_{(\hat{w}\hat{a}\hat{t})}}} \cdot 100$	$T_{\Delta V}$ – темп изменения уровня валовых доходов, %

Оптовая надбавка и коэффициент ставки НДС применяется по тем товарам, которые закупаются через посредника и облагаются налогом на добавленную стоимость.

Например, если товар реализуется с налогом на добавленную стоимость по ставке 20%, то коэффициент ставки НДС будет равен 1,2.

Классификация валового дохода от реализации представлена на рисунке 58.

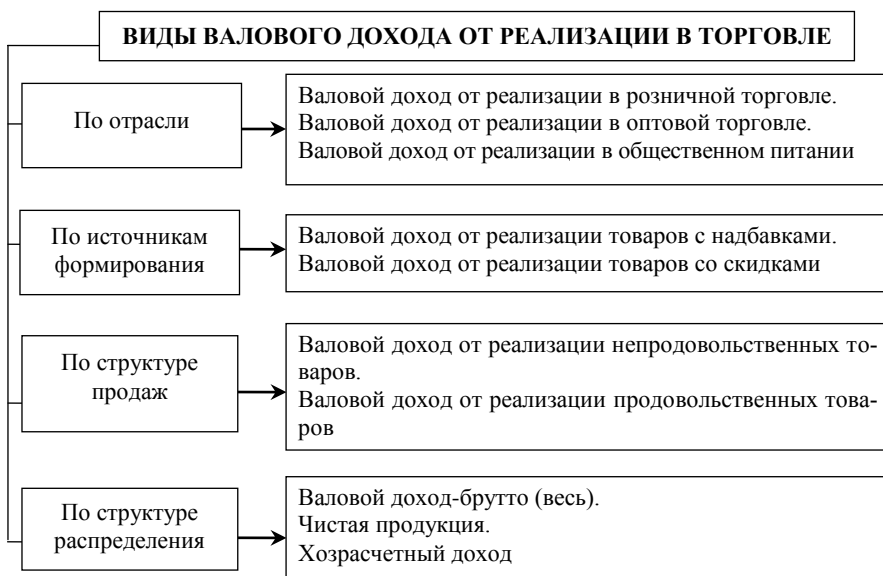


Рисунок 58 – Классификация валового дохода от реализации

Чистая продукция – это вид валового дохода, который характеризует вновь созданную стоимость трудом работников организации и предпринимательской способностью менеджмента. Чистая продукция рассчитывается двумя методами – по формированию и распределению.

Чистая продукция по формированию ($ЧП_{\phi}$) определяется следующим образом:

$$ЧП_{\phi} = ВД_p - P_{\text{без}POT},$$

где $ВД_p$ – валовой доход от реализации, млн р.;

$P_{\text{без}POT}$ – сумма расходов на реализацию и управление без расходов на оплату труда, млн р.

Чистая продукция по распределению ($ЧП_p$) рассчитывается по формуле

$$ЧП_p = POT_m + П_p,$$

где POT_m – сумма расходов на оплату труда работников торговли, млн р.;

$П_p$ – прибыль от реализации в торговле, млн р.

Хозрасчетный доход ($ХД$) представляет собой результат торговой деятельности, остающийся в распоряжении персонала организации, ее собственников и учредителей и складывающийся из расходов на оплату труда работников торговли и чистой прибыли торговли по формуле

$$ХД = РОТ_m + ПЧ_m,$$

где $ПЧ_m$ – чистая прибыль от реализации в торговле, млн р.

9.3. Характеристика источников образования доходов от реализации

Основными источниками получения валовых доходов от реализации являются торговые и оптовые надбавки, а также торговые и оптовые скидки.

Надбавка – основной источник дохода от реализации, представляющий собой часть стоимости товара и являющийся ценой торговых услуг, оказываемых населению и другим организациям торговой организацией.

Оптовая надбавка – это надбавка, взимаемая субъектом предпринимательской деятельности при осуществлении оптовой торговли товаром, им не произведенным.

Торговая надбавка – это надбавка, взимаемая торговой организацией или организацией производителя при осуществлении розничной торговли.

В основе определения размеров оптовой и торговой надбавок должны лежать затратность конкретного товара (издержкоемкость) и рентабельность его реализации.

Надбавки устанавливаются в процентах к отпускным (покупным) ценам без НДС. Показатели источников образования доходов от реализации представлены в таблице 8.

Размеры торговых и оптовых надбавок дифференцируются в зависимости от категории товаров (регулируемые или нет) и торговых систем.

Оптовые надбавки при торговле на внутреннем рынке устанавливаются в размерах с учетом конъюнктуры рынка вне зависимости от количества участвующих в товародвижении торговых организаций, за исключением товаров, цены на которые регулируются Министерством экономики Республики Беларусь и облисполкомами. На эти товары устанавливаются предельные надбавки с учетом оптового звена.

Таблица 8 – Показатели источников образования валовых доходов от реализации

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
1. Средний размер торговой надбавки по организации розничной торговли	$\overline{THp} = \frac{1}{100} (THm_1 \cdot Dpn_1 + THm_2 \times \times Dpn_2 + \dots + THm_n \cdot Dpn_n)$	\overline{THp} – средний размер торговой надбавки по организации розничной торговли, %; THm_1, THm_2, THm_n – размеры надбавок, установленные по конкретным товарам или товарным группам, %; Dpn_1, Dpn_2, Dpn_n – удельный вес в товарообороте или поступлении конкретных товаров или товарных групп, %
2. Средний размер оптовой надбавки	$\overline{OH} = \frac{1}{100} (OHm_1 \cdot Dpn_1 + OHm_2 \times \times Dpn_2 + \dots + OHm_n \cdot Don_n)$	\overline{OH} – средний размер торговой надбавки, %; OHm_1, OHm_2, OHm_n – размеры оптовых надбавок, установленные по конкретным товарам или товарным группам, %; Don_1, Don_2, Don_n – удельный вес в поступлении товаров из оптовых организаций конкретных товаров или товарных групп, %
3. Пересчет среднего размера надбавки в уровень дохода	$\acute{O}\ddot{A}\ddot{\delta} = \frac{\overline{\delta\acute{I}\delta}}{(100 + \overline{\delta\acute{I}\delta} + \overline{\acute{I}\acute{I}}) \acute{E}_{\acute{I}\ddot{A}\ddot{N}}} \cdot 100$	$\acute{U}_{ВДр}$ – уровень валового дохода от реализации в розничной торговле, %; $\overline{K}_{НДС}$ – средний коэффициент ставки НДС по организации в целом
4. Средняя ставка НДС по организации	$\overline{\tilde{N}}_{\acute{I}\ddot{A}\ddot{N}} = \frac{1}{100} (\ddot{A}\delta_0 + 10\ddot{A}\delta_{10} + 20\ddot{A}\delta_{20})$ <p style="text-align: center;">или</p> $\overline{\tilde{N}}_{\acute{I}\ddot{A}\ddot{N}} = \frac{\acute{I}\ddot{A}\tilde{N}\delta}{\acute{D}\acute{O}\acute{I} - \acute{I}\ddot{A}\tilde{N}\delta} \cdot 100$	$\overline{C}_{НДС}$ – средний коэффициент ставки НДС по организации; 0, 10, 20 – ставки НДС в процентах к сумме покупной стоимости товара и торговой надбавки, %; $\acute{D}m_0, \acute{D}m_{10}, \acute{D}m_{20}$ – удельный вес в товарообороте реализации товаров, облагаемых НДС по соответствующим ставкам (0, 10, 20), %; $\acute{H}ДСт$ – сумма налога на добавленную стоимость, приходящаяся на торговлю, млн р.; $\acute{P}ТО$ – розничный товарооборот, млн р.

Окончание таблицы 8

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
5. Пересчет уровня валового дохода в средний размер торговой надбавки по организации	$\overline{ТН} = \frac{У_{ВДр}}{100 - У_{ВДр} - \overline{С_{НДС_T}}} \cdot 100$	$\overline{С_{НДС_T}}$ – средневзвешенная ставка налога на добавленную стоимость в процентах к товарообороту (рассчитывается аналогично, только ставки НДС берутся в процентах к товарообороту – 0; 9,09; 16,67)
6. Определение размера торговой надбавки по товарной группе	$\overline{\delta I_{\delta \bar{a}}} = \frac{\hat{A}\hat{A}_{\delta \bar{a}} \cdot 100}{\overline{B\delta I_{\delta \bar{a}}} - \overline{\hat{I}\hat{A}\hat{N}_{\delta \bar{a}}} - \hat{A}\hat{A}_{\delta \bar{a}}}$	$\overline{\delta I_{\delta \bar{a}}}$ – размер торговой надбавки по товарной группе, %; $\overline{B\delta I_{mz}}$ – валовой доход по товарной группе; $\overline{P\tau O_{mz}}$ – розничный товароборот (оборот по реализации) по товарной группе; $\overline{НДС_{mz}}$ – сумма налога на добавленную стоимость, приходящаяся на реализованные товары

При формировании отпускной цены на товары иностранного происхождения (импорт) оптовые надбавки устанавливаются с учетом конъюнктуры рынка, т. е. без ограничения ее верхнего размера от суммы контрактных цен, таможенных платежей, транспортных расходов и других расходов по импорту (страхование, проценты за кредит), за исключением товаров, с регулируемыми ценами.

При поставке товаров транзитом оптовая надбавка к отпускной цене организации или отпускной цене импортера устанавливается согласно конъюнктуре рынка за исключением товаров, на которые устанавливаются предельные торговые надбавки.

Торговые надбавки устанавливаются в процентах к отпускным ценам организаций-изготовителей или импортеров с учетом оптовых надбавок. Их размеры определяются с учетом конъюнктуры рынка, т. е. в зависимости от спроса, за исключением товаров, цены на которые регулируются Министерством экономики Республики Беларусь, облисполкомами и Минским горисполкомом. В этот перечень входят важнейшие социально значимые продовольственные товары, согласно постановлению Министерства экономики Республики Беларусь № 200 от 14 декабря 2011 г. (в ред. постановления № 80 от 5 ноября 2013 г.) (18 товарных позиций – мясо охлажденное или заморо-

женное, вареные колбасы, молоко, масло подсолнечное, хлеб, крупа и др.), сельскохозяйственная продукция (7 позиций), яблоки, товары для детей (8 позиций). Для этих товаров торговые надбавки ограничиваются предельными размерами. На продовольственные товары размеры торговых надбавок различаются в зависимости от торговой системы, где производится реализация товара. Для организаций потребительской кооперации, отделов и управлений рабочего снабжения, организаций Министерства обороны Республики Беларусь, организаций Управления делами Президента Республики Беларусь, расположенных в сельской местности, предельные торговые надбавки составляют от 13 до 25%, для остальных организаций и индивидуальных предпринимателей – от 8 до 24%. На сельскохозяйственную продукцию (картофель, лук, морковь, капуста, огурцы, свеклу, помидоры) и яблоки надбавки дифференцируются в размерах от 20 до 25% в зависимости от области или устанавливаются в рублях за 1 килограмм. На детские товары предельные торговые надбавки установлены в размере от 20 до 27% в зависимости от области и товарной позиции (одежда, тетради, коляски и др.).

Торговая скидка, как источник дохода, является частью цены товаров, на которые государством установлены фиксированные розничные цены. Они устанавливаются в процентах к розничной цене, т. е. определяют уровень дохода.

В настоящее время торговые скидки установлены на следующие товары: табачные изделия (за исключением реализуемых с торговыми надбавками), сахар-песок белый без добавок.

Цель установления скидок – контроль государства за ценами на отдельные товары, сдерживание роста цен на них.

Оптовые скидки являются источниками дохода оптовых организаций. Их размер устанавливается по соглашению с производителями и включается в себестоимость. Иначе оптовая скидка представляет собой дилерское вознаграждение посреднику. Поставка товаров осуществляется по отпускным ценам без взимания оптовой надбавки.

9.4. Методика анализа доходов организации

9.4.1. Цель, информационная база и направления анализа доходов

В условиях конкуренции анализу валовых доходов торговой организации придается особое значение, так как повышается роль этого показателя в более эффективном и конкурентоспособном развитии организации.

Основная цель анализа доходов в организациях торговли – оценка состояния доходности организации с точки зрения покрытия доходами от реализации расходов по реализации и образования прибыли, а также выявление упущенных возможностей и резервов роста доходов в отчетном периоде.

Информационной базой для анализа валовых доходов торговой организации служат следующие источники:

- бизнес-план организации;
- Отчет о прибылях и убытках;
- Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (ведомственная форма бухгалтерской отчетности организаций потребительской кооперации);
- форма статистической отчетности № 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле»;
- форма статистической отчетности № 12-торг (товaroоборот) «Отчет о товарообороте и запасах товаров»;
- форма статистической отчетности № 1-МП «Отчет о финансово-хозяйственной деятельности субъектов малого предпринимательства» (для субъектов малого предпринимательства);
- форма статистической отчетности № 4-ф (офп) «Отчет об отдельных финансовых показателях»;
- форма статистической отчетности № 12-ф (прибыль) «Отчет о финансовых результатах»;
- форма статистической отчетности № 4-ф (затраты) «Отчет о затратах на производство продукции»;
- шкала распределения торговых надбавок между оптовой и розничной торговлей;
- схемы товародвижения.

Современные условия развития экономических процессов определяют последовательность анализа доходов торговой организации, представленную на рисунке 59.



Рисунок 59 – Последовательность анализа доходов организации торговли

9.4.2. Оценка структуры, выполнения плана и динамики доходов

Оценка общей суммы доходов предполагает определение доли каждого вида доходов в их общей сумме и их изменение по сравнению с предшествующими периодами.

При оценке степени выполнения плана и динамики доходов определяются следующие показатели:

- процент выполнения плана доходов по сумме и уровню;

- темпы роста доходов по сумме;
- размер изменения уровня доходов;
- темп изменения уровня.

Эти показатели необходимо рассчитывать как в целом (по сумме и уровню доходов), так и по отраслям деятельности организации.

9.4.3. Оценка источников образования и структуры распределения доходов от реализации

При оценке источников образования валовых доходов от реализации определяются следующие показатели:

- доля доходов, полученных от торговых надбавок и торговых скидок, и их отклонение от плана и предшествующих лет;
- уровни доходов от торговых надбавок и торговых скидок к товарообороту, их изменение.

Оценка структуры распределения доходов предусматривает расчет показателей структуры доходов (доля расходов на реализацию в доходах, доля прибыли от реализации в доходах), изменения ее в динамике. Положительным является рост доли прибыли в доходах.

9.4.4. Методика расчета влияния факторов на сумму и уровень валовых доходов от реализации

На сумму валовых доходов торговой организации влияет ряд факторов как внешнего, так и внутреннего характера. Основными из них являются следующие:

- изменения цен на товары и услуги;
- изменение физического объема продаж (сумма влияния первых двух факторов отражает влияние на доходы всего объема розничного товарооборота торговой организации);
- изменение структуры продаж;
- изменение среднего уровня доходов торговой организации (среднего размера надбавок);
- звенность товародвижения;
- доля фасованных товаров;
- размер уценки, переоценки и товарных потерь;
- эффективность использования экономических ресурсов.

Методика расчета влияния отдельных факторов представлена в таблице 9.

Таблица 9 – Методика расчета влияния отдельных факторов на изменение суммы и уровня валовых доходов

Факторы (группы факторов)	Методика расчета	Условные обозначения
1. Изменение валового дохода от реализации за счет изменения цен	$\Delta\hat{A}\hat{A}\hat{\delta}_{\delta} = \frac{(\hat{O}\hat{a}\hat{q} - \hat{O}\hat{n}\hat{q})\hat{O}_{\hat{A}\hat{A}\hat{\delta}0(\hat{r}\hat{e}\hat{a}\hat{l})}}{100}$	$\Delta BDr_{\text{ц}}$ – изменение валового дохода от реализации за счет изменения цен, млн р.; $T\hat{o}_{\text{ц1}}$ – товарооборот отчетного года в действующих ценах, млн р.; $T\hat{o}_{\text{ц1}}$ – товарооборот отчетного года в сопоставимых ценах, млн р.; $U_{BDr0(\text{план})}$ – уровень доходов от реализации предшествующего года (плановый), %
2. Изменение валового дохода от реализации за счет изменения физического объема товарооборота	$\Delta\hat{A}\hat{A}\hat{\delta}_{\delta} = \frac{(\hat{O}\hat{n}\hat{q} - \hat{O}_{0(\hat{r}\hat{e}\hat{a}\hat{l})})\hat{O}_{\hat{A}\hat{A}\hat{\delta}0(\hat{r}\hat{e}\hat{a}\hat{l})}}{100}$	$\Delta BDr_{\text{ф}}$ – изменение валового дохода от реализации за счет изменения физического объема товарооборота, млн р.; $T_{0(\text{план})}$ – товарооборот предшествующего года (плановый), млн р.
3. Уровень дохода (изменение размеров надбавок и скидок)	$\Delta\hat{A}\hat{A}\hat{\delta}_{\delta} = \frac{(\hat{O}_{\hat{A}\hat{A}_1} - \hat{O}_{\hat{A}\hat{A}m0(\hat{r}\hat{e}\hat{a}\hat{l})})\hat{O}\hat{a}\hat{q}}{100}$	$\Delta BDr_{\text{у}}$ – изменение валового дохода от реализации за счет изменения размеров надбавок и скидок, млн р.
4. Структура товарооборота	$\Delta\hat{O}_{\hat{A}\hat{A}\hat{\delta}_{\hat{n}\hat{o}\hat{\delta}}} = \frac{\hat{A}\hat{r}_1 \cdot \hat{O}_{\hat{A}\hat{A}\hat{r}0} + \hat{A}\hat{r}_1 \cdot \hat{O}_{\hat{A}\hat{A}\hat{r}0}}{100} - \hat{O}_{\hat{A}\hat{A}\hat{\delta}0};$ $\Delta\hat{A}\hat{A}\hat{\delta}_{\hat{n}\hat{o}\hat{\delta}} = \frac{\Delta\hat{O}_{\hat{A}\hat{A}p_{\hat{n}\hat{o}\hat{\delta}}} \cdot \hat{O}_1}{100}$	$\Delta U_{BDr_{\text{сmp}}}$ – изменение уровня валового дохода от реализации за счет изменения структуры товарооборота, %; Dn_1, Dn_1 – удельный вес продовольственных и непродовольственных товаров в розничном товарообороте в отчетном году, %; U_{BDr0}, U_{BDr0} – уровни валовых доходов от реализации по продовольственным и непродовольственным товарам в предшествующем году, %; U_{BDr0} – уровень валовых доходов от реализации в целом по организации в предше-

		ствующем году, %;
--	--	-------------------

Продолжение таблицы 9

Факторы (группы факторов)	Методика расчета	Условные обозначения
		$\Delta BДp_{cmp}$ – влияние структуры товарооборота на сумму валовых доходов от реализации, млн р.; T_1 – товарооборот отчетного периода
5. Трудовые ресурсы и производительность труда	$\Delta \hat{A} \hat{A}_{\bar{x}} = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_0) \bar{i} \bar{o}_0 \cdot \hat{O}_{\hat{A} \hat{A} 0}}{100};$ $\Delta \hat{A} \hat{A}_{\bar{i} \bar{o}} = \frac{(\bar{i} \bar{o}_1 - \bar{i} \bar{o}_0) \bar{x}_1 \cdot \hat{O}_{\hat{A} \hat{A} 0}}{100}$	$\Delta BД\bar{q}$ – изменение суммы валовых доходов от реализации за счет изменения численности работников торговли, млн р.; \bar{q}_1 – средняя численность работников торговли в отчетном периоде, чел.; \bar{q}_0 – средняя численность работников торговли в предшествующем периоде, чел.; $U_{BД0}$ – уровень валовых доходов от реализации в предшествующем периоде, %; $\Delta BД_{\bar{I}T}$ – изменение суммы валовых доходов от реализации за счет изменения производительности труда, млн р.; $\bar{I}T_1$ – производительность труда в отчетном периоде, млн р.; $\bar{I}T_0$ – производительность труда в предшествующем периоде, млн р.
6. Основные средства и фондоотдача	$\Delta \hat{A} \hat{A}_{\bar{i} \bar{o}} = \frac{(\bar{i} \bar{o}_1 - \bar{i} \bar{o}_0) \hat{O} \hat{I}_0 \cdot \hat{O}_{\hat{A} \hat{A} 0}}{100};$ $\Delta \hat{A} \hat{A}_{\hat{O} \hat{I}} = \frac{(\hat{O} \hat{I}_1 - \hat{O} \hat{I}_0) \bar{i} \bar{o}_1 \cdot \hat{O}_{\hat{A} \hat{A} 0}}{100}$	$\Delta BД_{\bar{O} \bar{\Phi}}$ – изменение суммы валовых доходов от реализации за счет изменения средней стоимости основных средств торговли, млн р.; $\bar{O} \bar{\Phi}_1$ – среднегодовая стоимость основных средств торговли в отчетном периоде, млн р.; $\bar{O} \bar{\Phi}_0$ – среднегодовая стоимость основных средств торговли в предшествующем периоде, млн р.; ΦO_0 – фондоотдача в пред-

		шествующем периоде, р.;
Окончание таблицы 9		
Факторы (группы факторов)	Методика расчета	Условные обозначения
		$\Delta ВД_{\Phi O}$ – изменение суммы валовых доходов от реализации за счет изменения фондоотдачи, млн р.; ΦO_1 – фондоотдача в отчетном периоде, р.
7. Товарные запасы и скорость их обращения	$\Delta ВД_{\overline{TЗ}} = \frac{(\overline{TЗ}_1 - \overline{TЗ}_0) Op_0 \cdot У_{ВД0}}{100};$ $\Delta ВД_{Op} = \frac{(Op_1 - Op_0) \overline{TЗ}_1 \cdot У_{ВД0}}{100}$	$\Delta ВД_{\overline{TЗ}}$ – изменение суммы валовых доходов от реализации за счет изменения средней стоимости товарных запасов, млн р.; $\overline{TЗ}_1$ – среднегодовая стоимость товарных запасов в отчетном периоде, млн р.; $\overline{TЗ}_0$ – среднегодовая стоимость товарных запасов в предшествующем периоде, млн р.; Op_0 – скорость товарного обращения в предшествующем периоде, раз; $\Delta ВД_{Op}$ – изменение суммы валовых доходов от реализации за счет изменения скорости товарного обращения (товарооборачиваемости в размах), млн р.; Op_1 – скорость товарного обращения в отчетном периоде, раз
8. Изменение звенности товародвижения	$\Delta У_{ВДз} = \frac{1}{100} (Дпрям_1 \cdot У_{ВДпрям0} + Дноспр_1 \cdot У_{ВДноспр0}) - \frac{1}{100} (Дпрям_0 \times У_{ВДпрям0} + Дноспр_0 \cdot У_{ВДноспр0})$	$\Delta У_{ВДз}$ – изменение уровня валовых доходов от реализации под влиянием изменения звенности товародвижения, %; $Дпрям_1, Дпрям_0$ – удельный вес в поступлении товаров прямых поставок в отчетном и предшествующем годах, %; $У_{ВДпрям0}$ – уровень валового дохода по прямым поставкам в предшествующем году, %; $Дноспр_1, Дноспр_0$ – удельный вес в поступлении товаров поставок через посредников в отчетном и предшествующем годах, %; $У_{ВДноспр0}$ – уровень валового дохода по товарам, поступившим через посредников в предшествующем году, %

В завершение факторного анализа подводятся его итоги, т. е. группируются факторы, которые повлияли на увеличение и уменьшение валового дохода от торговой деятельности.

9.4.5. Оценка доходности торговой деятельности

Доходность – это экономическая категория, характеризующая эффективность деятельности организации по критериальным соотношениям доходов с экономическими ресурсами и затратами.

Показатели доходности отражают, сколько доходов приносят экономические ресурсы и затраты организации в целом, ее конкретные отрасли и виды деятельности.

Оценка доходности предусматривает определение и расчет показателей эффективности торговой деятельности, связанной с доходами.

Выделяются следующие группы показателей доходности:

- обобщающие;
- объемов деятельности;
- экономических ресурсов;
- расходов отраслей и видов деятельности (рисунок 60).



Рисунок 60 – Группы показателей доходности торговой организации

В таблицах 10 и 11 представлены слагаемые расчета показателей доходности, источники информации, система показателей доходности и алгоритм их расчета.

**Таблица 10 – Слагаемые показателей доходности торговой организации
и источники их информации**

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
1. Прибыль до налогообложения	Отчет о прибылях и убытках (стр. 160, колонка 3)
2. Прибыль от реализации в торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров* (стр. 37 000, колонка 1)
3. Расходы на оплату труда	Форма № 6-Т «Отчет о составе фонда заработной платы и прочих выплат» (сумма строк 06, 13, колонка 1)
4. Расходы на оплату труда в торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 22 000, колонка 3)
5. Чистая продукция	Сумма строк 1 и 3 данной таблицы
6. Чистая продукция торговли	Сумма строк 2 и 4 данной таблицы
7. Выручка от реализации	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010, колонка 3)
8. Розничный товарооборот розничной торговли	Форма 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
9. Оптовый товарооборот	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 40 000, колонка 1)
10. Валовой товарооборот общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 43 000, колонка 1)
11. Оборот по реализации в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 30 000, колонка 1)
12. Выручка от реализации произведенной продукции	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 310, колонка 1)
13. Выручка от реализации в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 410, колонка 1)
14. Валовой товарооборот	Сумма строк 8, 9, 10, 11 данной таблицы
15. Совокупные доходы (валовая выручка)	Сумма строк 16, 21, 22 данной таблицы
16. Доходы по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 + стр. 070, колонка 3)
17. Валовой доход от реализации в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
18. Валовой доход от реализации в оптовой торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 2)
19. Валовой доход общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 4)
20. Валовой доход заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 5)
21. Доходы по инвестиционной деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 100, колонка 3)
22. Доходы по финансовой деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 120, колонка 3)
23. Фонд заработной платы	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (стр. 02, колонка 2)
24. Фонд заработной платы работников торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)

Окончание таблицы 10

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
25. Средняя стоимость имущества организации	Бухгалтерский баланс (стр. 300, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
26. Средняя стоимость имущества торговли	Сумма строк 28 и 30 данной таблицы
27. Средняя стоимость основных средств	Бухгалтерский баланс (стр. 110, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
28. Средняя стоимость основных средств торговли	Стр. 160 формы статистической отчетности № 1-ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (среднее арифметическое колонок 1 и 7)
29. Средняя стоимость оборотных средств	Бухгалтерский баланс (стр. 290, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
30. Средняя стоимость оборотных средств торговли	Форма № 1-торг (розница) «Отчет по розничной торговле за отчетный и предшествующий годы» (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3 + [(стр. 290 – стр. 210 баланса) · доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100]). Валовая выручка (стр. 15 данной таблицы)
31. Средняя стоимость собственных средств	Бухгалтерский баланс (стр. 490, среднее арифметическое колонок 3, 4)
32. Средняя стоимость собственных средств торговли	Стр. 28 + (стр. 30 данной таблицы · доля собственных средств в оплате товаров : 100)
33. Стоимость экономических ресурсов	Сумма строк 23, 27 и 29 данной таблицы
34. Стоимость экономических ресурсов торговли	Сумма строк 24, 26 и 28 данной таблицы
35. Совокупные расходы организации	Отчет о прибылях и убытках (стр. 020 + стр. 040 + стр. 050 + стр. 080 + стр. 110 + стр. 130, колонка 3)
36. Расходы по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 020 + стр. 040 + стр. 050 + стр. 080, колонка 3)
37. Расходы на реализацию товаров в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 1)
38. Расходы на реализацию товаров в оптовой торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 2)
39. Расходы на реализацию товаров в общественном питании	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 4)
40. Расходы на реализацию товаров в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 5)
41. Себестоимость реализованной продукции	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 340, колонка 1)
42. Себестоимость продукции в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 430, колонка 3)
43. Расходы по инвестиционной деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 110, колонка 3)
44. Расходы по финансовой деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 130, колонка 3)
Примечание – Знаком «*» отмечена форма, которая до 2011 г. носила название «Отчет о расходах на реализацию товаров».	

Таблица 11 – Система показателей доходности торговой организации

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 10)
1. Обобщающие показатели доходности		
1.1. Доходность экономических ресурсов, рассчитанная:		
по совокупным доходам	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}}$	$\frac{\text{Стр. 15}}{\text{Стр. 33}}$
по доходам от текущей деятельности	$\frac{\text{Доходы от текущей деятельности}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}}$	$\frac{\text{Стр. 16}}{\text{Стр. 33}}$
по чистой продукции	$\frac{\text{Чистая продукция}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}}$	$\frac{\text{Стр. 5}}{\text{Стр. 33}}$
1.2. Доходность текущих расходов, рассчитанная:		
по совокупным доходам	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Совокупные расходы}}$	$\frac{\text{Стр. 15}}{\text{Стр. 35}}$
по доходам от текущей деятельности	$\frac{\text{Доходы от текущей деятельности}}{\text{Совокупные расходы}}$	$\frac{\text{Стр. 16}}{\text{Стр. 36}}$
по чистой продукции	$\frac{\text{Чистая продукция}}{\text{Совокупные расходы}}$	$\frac{\text{Стр. 5}}{\text{Стр. 35}}$
1.3. Доля доходов по текущей деятельности в совокупных доходах	$\frac{\text{Доходы по текущей деятельности}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}$	$\frac{\text{Стр. 16}}{\text{Стр. 15}}$
1.4. Доля доходов по инвестиционной деятельности в совокупных доходах	$\frac{\text{Доходы по инвестиционной деятельности}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \partial \partial . 21}{\tilde{N} \partial \partial . 15} \cdot 100$
1.5. Доля доходов по финансовой деятельности в совокупных доходах	$\frac{\text{Доходы по финансовой деятельности}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \partial \partial . 22}{\tilde{N} \partial \partial . 15} \cdot 100$

Продолжение таблицы 11

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 10)
2. Показатели доходности объемов деятельности организации		
2.1. Доходность розничной торговли	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Розничный товарооборот торговой сети}}$	<u>Стр. 17</u> Стр. 8
2.2. Доходность оптовой торговли	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в оптовой торговле}}{\text{Оптовый товарооборот}}$	<u>Стр. 18</u> Стр. 9
2.3. Доходность общественного питания	$\frac{\text{Валовой доход общественного питания}}{\text{Валовой товарооборот общественного питания}}$	<u>Стр. 19</u> Стр. 10
2.4. Доходность заготовительной отрасли	$\frac{\text{Валовой доход в заготовительной отрасли}}{\text{Оборот по реализации в заготовительной отрасли}}$	<u>Стр. 20</u> Стр. 11
3. Показатели доходности экономических ресурсов		
3.1. Доходность трудовых ресурсов, рассчитанная: по совокупным доходам	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Фонд заработной платы}}$	<u>Стр. 15</u> Стр. 23
по валовому доходу от реализации в торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Фонд заработной платы работников торговли}}$	<u>Стр. 17</u> Стр. 24
по чистой продукции торговли	$\frac{\text{Чистая продукция торговли}}{\text{Фонд заработной платы работников торговли}}$	<u>Стр. 6</u> Стр. 24
3.2. Доходность имущества, рассчитанная: по совокупным доходам	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Средняя стоимость имущества организации}}$	<u>Стр. 15</u> Стр. 25

Продолжение таблицы 11

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 10)
по валовому доходу от реализации в торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Средняя стоимость имущества в торговле}}$	<u>Стр. 17</u> Стр. 26
по чистой продукции торговли	$\frac{\text{Чистая продукция торговли}}{\text{Средняя стоимость имущества в торговле}}$	<u>Стр. 6</u> Стр. 26
3.3. Доходность основных средств, рассчитанная: по совокупным доходам	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Средняя стоимость основных средств}}$	<u>Стр. 15</u> Стр. 27
по валовому доходу от реализации в торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Средняя стоимость основных средств в торговле}}$	<u>Стр. 17</u> Стр. 28
по чистой продукции торговли	$\frac{\text{Чистая продукция торговли}}{\text{Средняя стоимость основных средств в торговле}}$	<u>Стр. 6</u> Стр. 28
3.4. Доходность оборотных средств, рассчитанная: по совокупным доходам	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Средняя стоимость оборотных средств}}$	<u>Стр. 15</u> Стр. 29
по валовому доходу от реализации в торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Средняя стоимость оборотных средств в торговле}}$	<u>Стр. 17</u> Стр. 30
по чистой продукции торговли	$\frac{\text{Чистая продукция торговли}}{\text{Средняя стоимость оборотных средств в торговле}}$	<u>Стр. 6</u> Стр. 30

Продолжение таблицы 11

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 10)
3.5. Доходность собственных средств, рассчитанная: по совокупным доходам	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Средняя стоимость собственных средств}}$	$\frac{\text{Стр. 15}}{\text{Стр. 31}}$
по валовому доходу от реализации в торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Средняя стоимость собственных средств торговли}}$	$\frac{\text{Стр. 17}}{\text{Стр. 32}}$
по чистой продукции торговли	$\frac{\text{Чистая продукция торговли}}{\text{Средняя стоимость собственных средств торговли}}$	$\frac{\text{Стр. 6}}{\text{Стр. 32}}$
3.6. Доходность экономических ресурсов, рассчитанная: по совокупным доходам	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}}$	$\frac{\text{Стр. 15}}{\text{Стр. 33}}$
по валовому доходу от реализации в торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Стоимость экономических ресурсов торговли}}$	$\frac{\text{Стр. 17}}{\text{Стр. 34}}$
по чистой продукции торговли	$\frac{\text{Чистая продукция торговли}}{\text{Стоимость экономических ресурсов торговли}}$	$\frac{\text{Стр. 6}}{\text{Стр. 34}}$
4. Показатели доходности расходов отраслей и видов деятельности		
4.1. Доходность расходов торговли, рассчитанная: по валовому доходу от реализации в торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Расходы на реализацию в торговле}}$	$\frac{\text{Стр. 17 + стр. 18}}{\text{Стр. 37 + стр. 38}}$
по чистой продукции торговли	$\frac{\text{Чистая продукция торговли}}{\text{Расходы на реализацию в торговле}}$	$\frac{\text{Стр. 6}}{\text{Стр. 37 + стр. 38}}$
4.2. Доходность расходов на реализацию в розничной торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации в торговле}}{\text{Расходы на реализацию товаров торговли}}$	$\frac{\text{Стр. 17}}{\text{Стр. 37}}$

Окончание таблицы 11

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 10)
4.3. Доходность расходов на реализацию в оптовой торговле	$\frac{\text{Валовой доход от реализации оптовой торговли}}{\text{Расходы на реализацию товаров оптовой торговли}}$	$\frac{\text{Стр. 18}}{\text{Стр. 38}}$
4.4. Доходность расходов в общественном питании	$\frac{\text{Валовой доход общественного питания}}{\text{Расходы на реализацию товаров общественного питания}}$	$\frac{\text{Стр. 19}}{\text{Стр. 39}}$
4.5. Доходность расходов на реализацию в заготовительной отрасли	$\frac{\text{Валовой доход от реализации заготовительной отрасли}}{\text{Расходы на реализацию товаров заготовительной отрасли}}$	$\frac{\text{Стр. 20}}{\text{Стр. 40}}$
4.6. Доходность расходов в промышленности	$\frac{\text{Выручка от реализации произведенной продукции}}{\text{Себестоимость реализованной продукции}}$	$\frac{\text{Стр. 12}}{\text{Стр. 41}}$
4.7. Доходность расходов в других отраслях	$\frac{\text{Выручка от реализации в других отраслях}}{\text{Себестоимость продукции в других отраслях}}$	$\frac{\text{Стр. 13}}{\text{Стр. 42}}$
4.8. Доходность расходов по инвестиционной деятельности	$\frac{\text{Доходы по инвестиционной деятельности}}{\text{Расходы по инвестиционной деятельности}}$	$\frac{\text{Стр. 21}}{\text{Стр. 43}}$
4.9. Доходность расходов по финансовой деятельности	$\frac{\text{Доходы по финансовой деятельности}}{\text{Расходы по финансовой деятельности}}$	$\frac{\text{Стр. 22}}{\text{Стр. 44}}$

Кроме предложенных показателей доходности для совершенствования оценки коммерческой и маркетинговой деятельности организации, целесообразно рассчитывать прогнозные показатели уровней доходов по отдельным торговым сделкам и уровней доходов по продаже отдельных товарных групп.

Уровень доходов по торговой сделке исчисляется по следующей формуле:

$$Дтс = \frac{ВДрп}{Орп} \cdot 100,$$

где $Дтс$ – уровень доходов по торговой сделке, %;

$ВДрп$ – валовой доход от реализации партии товара, млн р.;

$Орп$ – оборот по реализации партии товара, млн р.

Уровень доходов по реализации отдельных товарных групп вычисляется по следующей формуле:

$$Дтг = \frac{ВДтг}{Отг} \cdot 100,$$

где $Дтг$ – уровень валового дохода по реализации отдельной товарной группы, %;

$ВДтг$ – валовой доход от реализации товарной группы, млн р.;

$Отг$ – оборот по реализации товарной группы, млн р.

Изучение показателей доходности необходимо проводить в динамике за ряд лет, а также в сравнении с показателями аналогичных организаций и среднеотраслевыми показателями.

9.4.6. Оценка доходов в других отраслях и видах деятельности. Резервы и направления роста доходов

Оценка доходов от реализации по торговым объектам в других отраслях проводится в той же последовательности, что и в розничной торговле по отношению к соответствующим объемам деятельности (товарообороту общественного питания, оптовому товарообороту, заготовительному обороту).

Прочие доходы по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности являются непланируемыми видами доходов, поэтому при их анализе необходимо тщательно исследовать их структуру для выявления наиболее выгодных источников прочих доходов (арендная плата, депозитные счета и др.).

Резервы роста доходов представляют собой упущенные возможности их получения в отчетном периоде. Основными из них являются:

- суммы недополученных доходов в результате невыполнения плана доходов по отдельным товарным группам или торговым объектам;
- суммы недополученных доходов в результате отрицательного влияния факторов на рост доходов;
- суммы возможного роста доходов за счет изучения опыта лучшего торгового объекта или торговой организации в системе;
- суммы недополученных доходов в результате применения торговых надбавок, ниже предельного размера, на товарные позиции, регулируемые государством.

Основными путями роста доходов (повышения доходности) в организациях торговли являются:

- увеличение физических объемов продаж;

- увеличение продаж непродовольственных товаров с более высокими размерами торговых надбавок;
- ускорение товарооборачиваемости;
- применение маркетинговых стратегий ценообразования, учитывающих эластичность реализации отдельных товаров;
- активизация сезонных распродаж товаров;
- увеличение эффективности коммерческой работы по изысканию поставщиков с наиболее выгодными условиями поставки;
- сдача в аренду неиспользуемых помещений и оборудования.
- выбор кредитных учреждений с более выгодными условиями вложения средств на депозитные счета.

9.5. Планирование валовых доходов от реализации

9.5.1. Цель и информационная база планирования доходов

В настоящее время планирование доходов в организациях торговли производится самостоятельно с учетом нормативных актов по вопросам налогообложения и ценообразования. Целью его является экономически обоснованный расчет прогнозной суммы и уровня доходов для обеспечения покрытия текущих расходов и образования прибыли.

Основное место в планировании доходов торговой организации занимает планирование валовых доходов от реализации товаров и услуг, т. е. доходов от торговой деятельности и доходов от реализации в других отраслях деятельности торговой организации. Методика планирования валовых доходов должна строиться на результатах экономического анализа и прогнозах изменения ценовых факторов, объемов продаж, а также других экономических показателей. При планировании необходимо применять многовариантный подход к обоснованию валового дохода, т. е. планировать валовые доходы по нескольким вариантам и выбирать оптимальный.

Для планирования доходов необходимо использовать следующую информацию:

- план товарооборота в целом и по товарным группам;
- источники поступления товаров и условия их поставки;
- размеры торговых надбавок на социально значимые товары;
- шкала распределения торговых надбавок между оптовой и розничной торговлей;
- план расходов и прибыли;
- ставки налогов и сборов, предусмотренные законом о бюджете Республики Беларусь на планируемый год.

9.5.2. Сущность основных методов планирования валовых доходов от реализации

Основное место в планировании доходов организации принадлежит обоснованию плана валового дохода от реализации. При планировании необходимо применить многовариантный подход и выбрать наиболее оптимальный.

Основными методами планирования являются:

- метод технико-экономических расчетов;
- метод скользящей средней;
- экономико-математическое моделирование;
- метод прямого счета.

Метод технико-экономических расчетов предполагает расчет планирования суммы доходов тремя способами:

1. На основании планируемой структуры товарооборота определяется плановая сумма доходов по каждой товарной группе исходя из формулы

$$ВДг = \frac{Tn \cdot Утн(мс)}{100},$$

где $ВДг$ – валовой доход по товарной группе, млн р.;

Tn – план товарооборота по товарной группе, млн р.;

$Утн(мс)$ – уровень торговой (оптовой) надбавки или скидки по товарным группам, приходящийся на оптовую или розничную торговую организацию.

Путем суммирования доходов по товарным группам определяется плановая сумма валовых доходов от реализации.

Уровни торговых надбавок определяются путем пересчета торговых надбавок в уровни доходов.

Правлением Белкоопсоюза разработаны мероприятия по повышению эффективности деятельности, в рамках которых утверждена типовая структура розничного товарооборота райпо, где учитываются плановый удельный вес товарных групп в товарообороте и плановые предельные торговые надбавки (от 16 до 30%). После расчетов по этому методу план доходов по каждой группе суммируется и получается общая плановая сумма доходов от реализации.

2. На основании доходности источников поступления товаров необходимо использовать заключенные в конце отчетного периода договоры поставки товаров и условия их поставки.

Доход от реализации определяется по каждой товарной группе с использованием формул

$$ВД\partial = \frac{П\partial \cdot P_{тн}}{100} \text{ или } \frac{T_n \cdot P_{мс}}{100},$$

где $ВД\partial$ – плановая сумма доходов по заключенному договору, млн р.;
 $П\partial$ – объем поступления товара согласно заключенному договору, млн р.;

$P_{тн}$ – размер торговой надбавки в пользу торговой организации согласно договору, р.;

T_n – план товарооборота по группе, реализуемой с торговой скидкой (водка и др.), млн р.;

$P_{мс}$ – размер торговой скидки, р.

Затем определяется общая сумма валового дохода от реализации как сумма плановых валовых доходов согласно заключенным договорам.

Этот метод не всегда можно применить в полном объеме, так как в конце отчетного периода имеется не вся информация о заключенных договорах и условиях поставок.

3. На основании достигнутого уровня валового дохода плановая сумма валового дохода от реализации ($ВДm_n$) определяется по формуле

$$ВДm_n = \frac{T_n \cdot У\partial_{m1}}{100},$$

где T_n – план общего объема товарооборота, млн р.;

$У\partial_{m1}$ – ожидаемый уровень доходов от торговой деятельности в отчетном году, млн р.

Недостатком данного метода планирования является отсутствие к моменту планирования всей информации по заключенным договорам, так как не все договоры заключаются в конце отчетного года. Кроме того, данный способ расчета не учитывает изменений в налоговом законодательстве планируемого года и упущенных резервов роста доходов в текущем году.

Метод скользящей средней предполагает использование ряда динамики уровня дохода за 5 лет, предшествующих планируемому.

Для планирования по этому методу используется следующая последовательность:

- Определяются средние отрезки динамического ряда уровня доходов (K_1, K_2, K_3, \dots) по формулам:

$$K_1 = (Y_1 + Y_2 + Y_3) : 3;$$

$$K_2 = (Y_2 + Y_3 + Y_4) : 3;$$

$$K_3 = (Y_3 + Y_4 + Y_5) : 3,$$

где K_1, K_2, K_3 – средние отрезки динамического ряда уровня доходов;
 Y_1, \dots, Y_5 – уровни валовых доходов от реализации за 1–5-й годы, предшествующие планируемому.

- Рассчитывается средняя величина прироста среднего уровня дохода по формуле

$$\bar{\Delta} = \frac{K_3 - K_1}{n - 1},$$

где $\bar{\Delta}$ – средняя величина прироста уровня валовых доходов;
 n – количество отрезков динамического ряда.

- Определяется плановый уровень валового дохода от реализации ($Увд_{mn}$) по следующей формуле:

$$Увд_{mn} = K_3 + 2\bar{\Delta}.$$

- Исчисляется плановая сумма валового дохода от реализации ($ВДр$) по формуле

$$ВДр = \frac{Tn \cdot Увд_{mn}}{100}.$$

Экономико-математические методы планирования доходов предполагают использование программного обеспечения путем решения уравнения множественной регрессии с заданными параметрами показателей, одним из которых является валовой доход от реализации.

Метод прямого счета основан на определении дохода с учетом рассчитанных плановых величин прибыли, расходов на реализацию и управляемых расходов.

Исчисляется целевая или желаемая прибыль организации в планируемом периоде с учетом потребности организации в модернизации и расширении материально-технической базы, увеличении социального обеспечения, собственных оборотных средствах.

Затем рассчитывается плановая сумма прибыли от реализации ($Прп$) в торговле по формуле

$$Прп = \frac{Пж \cdot 100}{100 - Н},$$

где $Пж$ – желаемая прибыль, млн р.;

H – доля налогов и отчислений из прибыли в отчетном году, млн р.

Плановая сумма валового дохода от реализации определяется как сумма плановой прибыли и плановых расходов на реализацию.

После этих расчетов необходимо проверить превышение плановой суммы валового дохода над критической величиной валового дохода от реализации.

Критическая величина валового дохода представляет собой сумму дохода, при которой возмещаются затраты, не образуя при этом прибыли, при которой товарооборот соответствует точке безубыточности.

Критическая величина валового дохода от реализации ($ВДр_{кр}$) в планируемом периоде рассчитывается следующим образом:

$$ВДр_{кр} = \frac{Pn}{Kn},$$

где Pn – плановая сумма постоянных расходов на реализацию и управляемых расходов, млн р.;

Kn – коэффициент покрытия переменных затрат.

Коэффициент покрытия переменных расходов определяется по формуле

$$Kn = \frac{ВДр_n - Pнep_n}{ВДр_n},$$

где $ВДр_n$ – план валовых доходов от реализации, млн р.;

$Pнep_n$ – план переменных расходов, млн р.

На основании рассчитанной критической величины валового дохода определяется запас финансовой прочности по доходу, т. е. процентный размер, по которому рассчитанный план дохода обеспечивает безубыточную работу организации.

Запас финансовой прочности по доходу ($ЗФП$) рассчитывается по формуле

$$ЗФП = \frac{ВДр_n - ВДр_{кр}}{ВДр_n} \cdot 100.$$

В завершение планирования доходов производится оптимизация его суммы и уровня путем сопоставления с планами товарооборота, расходов и прибыли, а также с прогнозируемыми темпами их развития.

Оптимальным будет считаться план дохода, если прогнозируемый темп роста опережает прогнозируемый темп роста товарооборота в действующих ценах, но меньше прогнозируемого темпа роста прибыли от реализации. Данное соотношение можно представить следующим образом:

$$Tn_p > Tвд_p > Tm,$$

где Tn_p – темп роста прибыли от реализации, %;

$Tвд_p$ – темп роста валовых доходов от реализации, %;

Tm – темп роста товарооборота, %.

Определение общей плановой суммы доходов организации производится путем суммирования плана валового дохода от реализации с плановой суммой доходов от других отраслей деятельности, а также с плановыми суммами прочих доходов по текущей деятельности, доходов по инвестиционной и финансовой деятельности.

Тема 10. РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

10.1. Понятие затрат и расходов организации. Состав расходов организации

Затраты торговой организации представляют собой выраженные в денежной форме расходы на осуществление хозяйственно-финансовой деятельности. Составные части затрат различаются по своему целевому и экономическому содержанию, а также по источникам покрытия. Под затратами понимается стоимостная оценка ресурсов, потребленных организацией в процессе производства и реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг, а также стоимостное выражение прочего оттока средств организации. Согласно временному признаку затраты организации подразделяются следующим образом:

- текущие;
- авансируемые;
- единовременные (рисунок 61).



Рисунок 61 – Совокупные затраты организации

Источниками финансирования (покрытия) затрат организации являются:

- выручка от реализации, прочие доходы по текущей деятельности;
- доходы по инвестиционной, финансовой и иной деятельности;
- прибыль (рисунок 62).



Рисунок 62 – Источники финансирования затрат организации

По признаку отражения в учете и отчетности затраты организации классифицируются на внешние и внутренние.

Внешние (явные) затраты связаны с привлечением и оплатой стоимости материальных, финансовых и трудовых ресурсов. Они полностью отражаются в учете и отчетности.

Внутренние (неявные) затраты связаны с упущенной выгодой или возможным альтернативным использованием собственных ресурсов. Их называют затратами упущенных возможностей.

Согласно Международным стандартам финансовой отчетности *расходы организации* – это уменьшение экономической выгоды в течение отчетного периода, происходящее в форме оттока или истощения активов или увеличения обязательств, ведущих к уменьшению капитала организации.

Понятие и состав расходов в Республике Беларусь отражается в Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь № 102 от 30 сентября 2011 г., согласно которой *расходы организации* – это уменьшение экономических выгод в результате уменьшения активов или увеличения обязательств, приводящее к уменьшению собственного капитала организации, не связанного с его передачей собственнику.

В зависимости от характера и направлений деятельности расходы подразделяются таким образом, как представлено на рисунке 63.

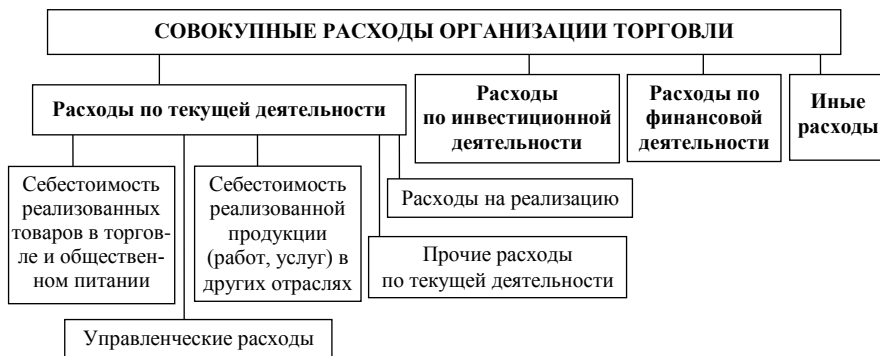


Рисунок 63 – Классификация расходов организации

Расходы по текущей деятельности – часть затрат организации, относящаяся к доходам по текущей деятельности, полученным организацией в отчетном периоде.

Расходы по текущей деятельности – затраты организации, относящиеся к основным (уставным) видам деятельности, и прочие затраты, не относящиеся к инвестиционной, финансовой и иной деятельности.

К расходам по текущей деятельности относят:

- себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг;
- расходы на управление;
- расходы на реализацию;
- прочие расходы по текущей деятельности.

В организациях торговли под себестоимостью понимается стоимость проданных товаров за минусом торговых надбавок и скидок, т. е. покупная стоимость товаров.

Наиболее значимыми расходами для организаций торговли являются расходы на реализацию или издержки обращения.

К прочим расходам по текущей деятельности относятся расходы, представленные на рисунке 64.

Прочие расходы по текущей деятельности	Уплаченные штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров
	Штрафы, пени по платежам в бюджет и социальному страхованию
	Расходы по реализации запасов (тары) (за исключением товаров)
	Недостачи и потери от порчи имущества
	Расходы обслуживающих производств и хозяйств
	Стоимость запасов, работ, услуг, переданных безвозмездно
	Материальная помощь работникам, вознаграждения по итогам работы за год
	Расходы по рассмотрению дел в судах
	Расходы прошлых лет по текущей деятельности, выявленные в отчетном году
	Возмещение убытков по текущей деятельности
	Другие расходы по текущей деятельности (благотворительная деятельность, шефская помощь и др.)

Рисунок 64 – Состав прочих расходов по текущей деятельности

Расходы по инвестиционной деятельности – затраты организации по реализации долгосрочных активов (основных средств и др.), погашению финансовых вложений, а также по другим направлениям инвестиционной деятельности.

К расходам по инвестиционной деятельности относятся следующие расходы (рисунок 65).

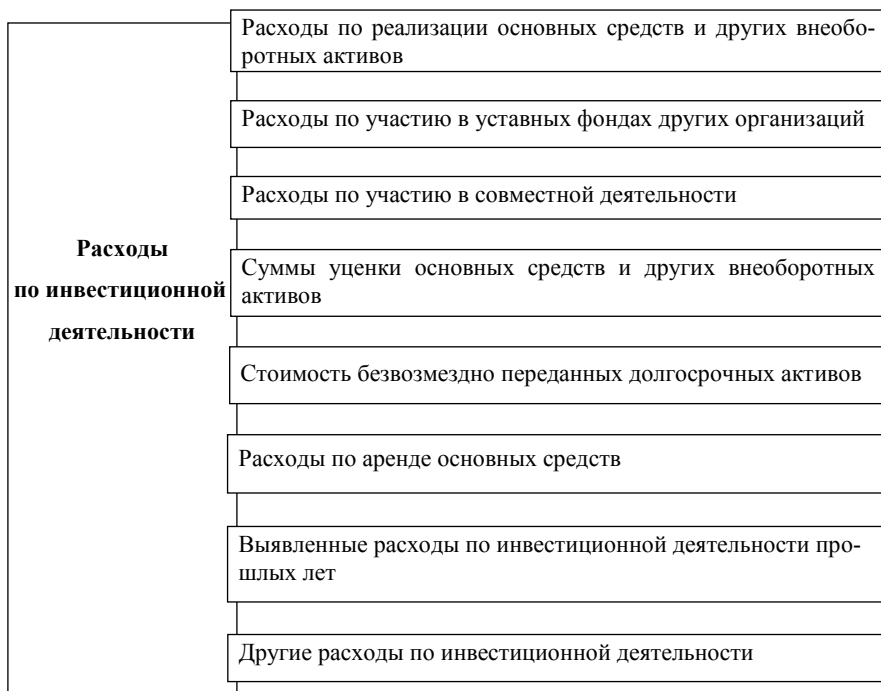


Рисунок 65 – Состав расходов по инвестиционной деятельности

Расходы по финансовой деятельности – затраты организации, приводящие к уменьшению собственного капитала и увеличению обязательств по кредитам и займам.

Основными расходами по финансовой деятельности являются те, которые представлены на рисунке 66.

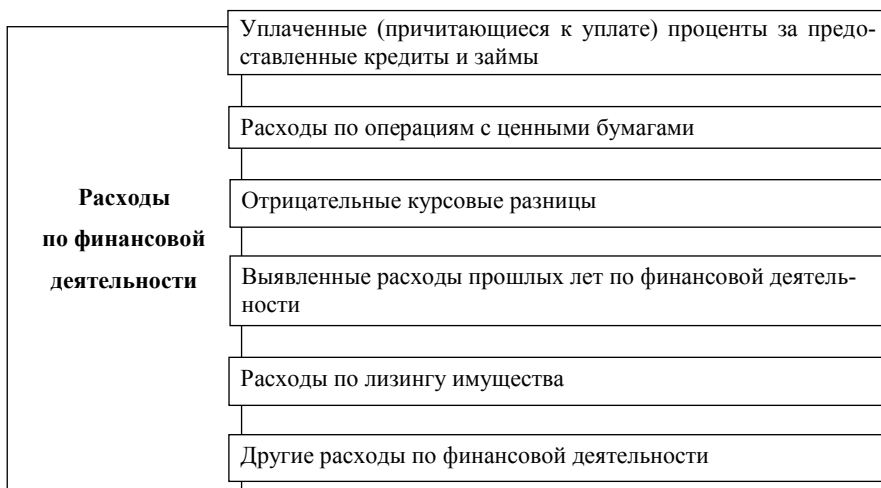


Рисунок 66 – Состав расходов по финансовой деятельности

Иные расходы – затраты, не относящиеся к текущей, инвестиционной и финансовой деятельности (рисунок 67).

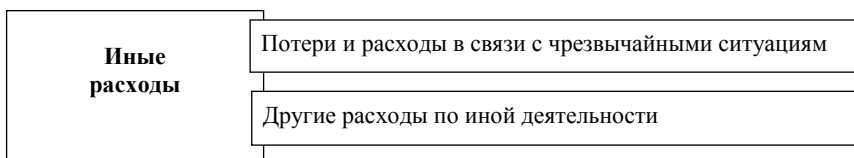


Рисунок 67 – Состав иных расходов

Не являются расходами следующие выбытия активов:

- стоимость приобретения и создания долгосрочных активов (основные средства и др.);
- вклады в уставные фонды других организаций;
- стоимость акций и других ценных бумаг;
- авансы, предоплата, задатки и залог (в том числе недвижимость);
- погашение полученных кредитов и займов.

10.2. Понятие расходов на реализацию, их классификация

Реализация товаров является основным видом деятельности организаций торговли, поэтому в совокупности их расходов преобладающую часть составляют расходы на реализацию товаров.

Расходы на реализацию товаров – это выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда, сопровождающие осуществление связи между производителем и потребителем или доведение товаров от производителя до потребителя.

По экономической сути данные издержки отражают потребленную часть эксплуатированных ресурсов (авансированной стоимости). По своему содержанию они являются текущими затратами, расходуются каждый год полностью и требуют ежегодного авансирования.

Значение расходов на реализацию заключается в их предназначении, т. е. благодаря им обеспечивается нормальный процесс товарного обращения, осуществляется реализация предметов широкого потребления с целью удовлетворения запросов населения. Повышение эффективности расходов на реализацию, их формирование в общественно необходимых размерах позволяет увеличить прибыль торговли, часть которой направляется на дальнейшее развитие и совершенствование ее материально-технической базы – необходимого условия улучшения качества торгового обслуживания.

Основные показатели, характеризующие расходы на реализацию, – сумма и уровень.

Уровень расходов в розничной торговле – отношение их суммы в процентах к розничному товарообороту. Уровень расходов – важный качественный показатель торговой деятельности. По этому показателю судят, с одной стороны, о величине затрат в расчете на 100 р. товарооборота, с другой – о доле торговых расходов в розничной цене, с третьей – об эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Оптимальный уровень расходов соответствует наилучшему способу использования ограниченных ресурсов для достижения поставленной цели обеспечения конкурентоспособности.

Классификация расходов на реализацию товаров позволяет более успешно осуществлять планирование, учет, оперативное руководство и контроль за хозяйственной деятельностью организаций, вскрывать их резервы и обеспечивать сопоставимость расходов и затрат по торговым системам.

Расходы на реализацию подразделяются на чистые и дополнительные, исходя из их экономической природы (рисунок 68).

КЛАССИФИКАЦИЯ РАСХОДОВ		
→	Экономическая природа	Чистые
		Дополнительные
→	Отрасль торговли	Расходы розничной торговли
		Расходы оптовой торговли
		Расходы общественного питания
→	Изменение объема деятельности	Условно-переменные
		Условно-постоянные
→	Структура продаж	Расходы по реализации продовольственных товаров
		Расходы по реализации непродовольственных товаров
→	Экономическое содержание затрачиваемых ресурсов	Материальные затраты
		Расходы на оплату труда
		Амортизация основных средств
		Отчисления на социальные нужды
→	Организационное построение субъектов хозяйствования	Прочие
		Расходы организации в целом
→	Отражение в учете и отчетности	Расходы структурных подразделений
		Явные (внешние)
→	На единицу реализованной продукции	Неявные (внутренние)
		Средние
→	По распределению по товарным группам	Предельные
		Прямые
→	Регламентация размеров	Распределительные
		Нормируемые
→	Виды расходов	Ненормируемые
		Статьи расходов

Рисунок 68 – Классификация расходов на реализацию товаров

Чистые расходы – это затраты по организации процесса купли-продажи, содержанию административно-управленческого персонала, расходы на учет и отчетность.

Дополнительные расходы обусловлены продолжением процесса производства в торговле (фасовка, упаковка), преобразованием производственного ассортимента в торговый.

Также используется подразделение расходов на явные и неявные. *Явные (бухгалтерские) расходы* – это расходы, связанные с использованием привлеченных материальных, финансовых и трудовых ресурсов, которые полностью отражаются в бухгалтерском учете и относятся согласно законодательству на затратоемкость реализации продукции. Такие расходы подразделяются на следующие группы:

- материальные затраты:
 - стоимость товаров, сырья, материалов, используемых для упаковки, хранения, обеспечения нормального торгово-технологического процесса;
 - сумма износа малоценных и быстроизнашивающихся предметов;
 - стоимость работ и услуг, оказываемых другими организациями данной организации, топлива всех видов и др.;
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды и другие отчисления;
- амортизация основных средств и нематериальных активов;
- прочие затраты.

Неявные расходы – это расходы, связанные с использованием ресурсов, принадлежащих самой организации. К неявным расходам можно отнести платежи, которые организация могла бы получить при более выгодном использовании принадлежащих ей ресурсов (издержки упущенных возможностей), нормальную прибыль, которая удерживает предпринимателя в выбранной им деятельности.

Расходы на реализацию в отечественной экономике классифицируются по видам и статьям расходов, отраслям хозяйственной деятельности, товарам.

С точки зрения управления расходами торговой организации важно знать их деление на постоянные и переменные (рисунок 69).

Постоянные расходы	Переменные расходы
↓	↓
1. Амортизация основных средств и нематериальных активов	1. Транспортные расходы
2. Расходы на содержание зданий, сооружений	2. Расходы на хранение и упаковку товаров
3. Расходы на ремонт основных средств	3. Нормируемые потери товаров
4. Расходы на оплату труда аппарата управления и специалистов по окладам	4. Экологический налог
5. Отчисления в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь (пропорционально доле окладов аппарата управления и специалистов в расходах на оплату труда)	5. Расходы на оплату труда без суммы окладов аппарата управления и специалистов
6. Расходы на содержание аппарата управления	6. Отчисления в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь минус постоянная часть отчислений
7. Расходы на консультационные услуги	7. Страховые взносы
8. Земельный налог	8. Отчисление на подготовку кадров
9. Налог на недвижимость	9. Расходы на рекламу
10. Канцелярские расходы	10. Таможенные пошлины
11. Другие (50%)	11. Другие (50%)

Рисунок 69 – Классификация расходов на реализацию

на постоянные и переменные

Такое деление способствует решению задачи регулирования массы и прироста прибыли на основе относительного снижения расходов при росте выручки от реализации. Кроме того, такая классификация позволяет определить окупаемость затрат, т. е. запас финансовой прочности организации. В-третьих, выделение постоянных затрат дает возможность использовать показатель маржинального дохода (доход минус переменные расходы).

Величина переменных затрат зависит от объема и структуры товарооборота. Характер зависимости переменных затрат от объемов торговой деятельности имеют различную степень эластичности. В связи с этим различают пропорциональные переменные затраты (эластичность между расходами и объемом товарооборота равна единице) и депрессивные (эластичность между указанными показателями меньше единицы).

Постоянные расходы на реализацию не зависят от объема и структуры товарооборота. Также следует выделять понятия остаточных и стартовых расходов.

Остаточные расходы – это та часть постоянных расходов, которые имеют место в торговой организации в период прекращения ее деятельности по реализации товаров.

К *стартовым расходам* относится та часть постоянных расходов, которые возникают при возобновлении торговой деятельности.

Важное значение для разработки экономической стратегии деятельности торговой организации на рынке товаров и услуг имеет понятие «предельные расходы обращения».

Предельные расходы представляют собой изменение величины совокупных затрат, происшедшие с изменением одной единицы (стоимостной или натуральной) товарооборота. Именно по этому показателю в определенной степени можно судить о целесообразности деятельности торговой организации.

Потоварная классификация связана с различиями в уровнях затрат, вызванных неодинаковой затратоемкостью товаров. В основе потоварной классификации лежит сумма расходов, приходящаяся на 100 р. товарооборота. Эта классификация весьма актуальна при обосновании торговой надбавки на определенные товарные группы и товары.

Расходы на реализацию подразделяются по видам затрат в соответствии с установленной номенклатурой, которая включает 14 статей (в торговле потребительской кооперации имеются особенности

формирования номенклатуры статей расходов на реализацию), как представлено на рисунке 70.

**Статьи расходов на реализацию организаций, находящихся в ведении
Министерства торговли Республики Беларусь**

1	Транспортные расходы, связанные с доставкой товаров в организации торговли и общественного питания
2	Транспортные расходы по доставке товаров покупателям
3	Расходы на оплату труда персонала
4	Расходы на содержание зданий, сооружений, помещений и инвентаря
5	Амортизация основных средств и нематериальных активов
6	Затраты и отчисления на ремонт основных средств
7	Износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов
8	Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров
9	Расходы на торговую рекламу
10	Потери товаров при транспортировке, хранении и реализации в пределах норм, технологические отходы
11	Налоги, отчисления и сборы, включаемые в расходы
12	Прочие нормируемые затраты, включаемые в расходы
13	Расходы по обеспечению условий труда персонала
14	Прочие расходы

Рисунок 70 – Номенклатура статей расходов на реализацию и управление организаций Министерства торговли Республики Беларусь

10.3. Анализ общей суммы и уровня расходов

Основная цель экономического анализа расходов торговых организаций – выявление возможностей повышения эффективности торговой деятельности за счет рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Анализ общего уровня и суммы расходов организаций осуществляется в последовательности, указанной на рисунке 71.

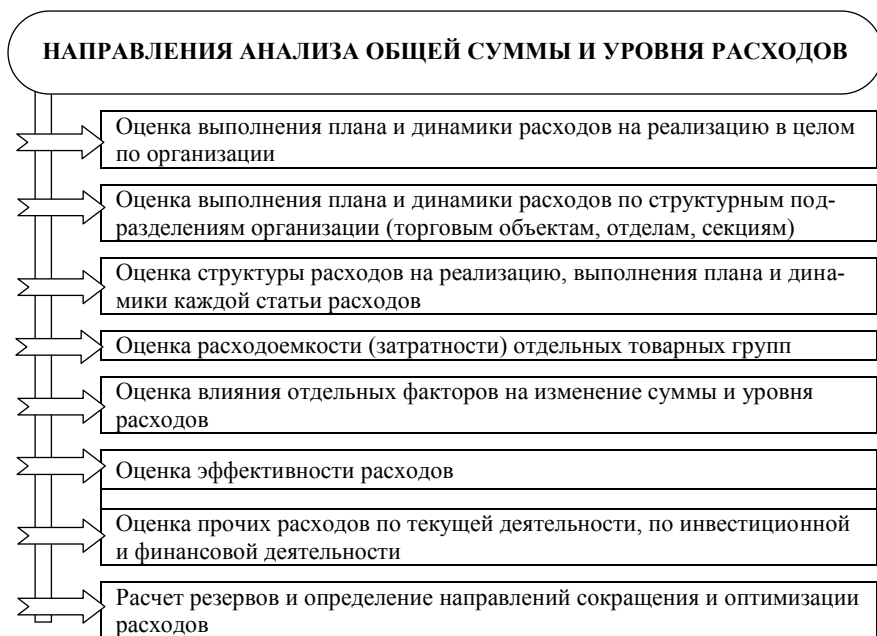


Рисунок 71 – Направления анализа общей суммы и уровня расходов

Основные показатели, характеризующие состояние и динамику расходов на реализацию, следующие:

- Сумма и уровень расходов на реализацию рассчитывается по формуле

$$\acute{O}D\delta = \frac{\sum D\delta}{\acute{O}} \cdot 100,$$

где VPp – уровень расходов на реализацию, %

$\sum Pp$ – сумма расходов на реализацию за период, млн р.;

T – объем товарооборота за этот же период, млн р.

- Размер изменения уровня расходов на реализацию (ΔUPp), исчисляемый следующим образом:

$$\Delta \acute{O}D\grave{\delta} = \acute{O}D\grave{\alpha} - \acute{O}D\grave{\delta}_0,$$

где UPp_0 – уровень расходов на реализацию в базисном периоде;
 UPp_1 – уровень расходов на реализацию в отчетном периоде.

- Темп изменения уровня расходов на реализацию ($t_{\Delta Pp}$), определяемый по формуле

$$t_{\Delta Pp} = \frac{\Delta \acute{O}D\grave{\delta}}{\acute{O}D\grave{\delta}_0} \cdot 100.$$

- Сумма абсолютной экономии расходов на реализацию (\mathcal{E}_a), которую можно вычислить по формуле

$$\acute{Y}\hat{\mathcal{E}}_a = \sum D\grave{\alpha} - \sum D\grave{\delta}_0.$$

где $\sum D\grave{\alpha}$ – сумма расходов на реализацию в отчетном периоде, млн р.;
 $\sum D\grave{\delta}_0$ – сумма расходов на реализацию в базисном периоде, млн р.

- Сумма относительной экономии расходов на реализацию (\mathcal{E}_0), рассчитываемая одним из трех способов:

$$\acute{Y}\hat{\mathcal{E}}_0 = \sum D\grave{\alpha} - \frac{\sum D\grave{\delta}_0 \cdot t_{\Delta T}}{100};$$

$$\acute{Y}\hat{\mathcal{E}}_0 = \frac{\sum D\grave{\alpha} - T_1 \cdot \acute{O}D\grave{\delta}_0}{100};$$

$$\acute{Y}\hat{\mathcal{E}}_0 = \acute{O}_1 \cdot \frac{\Delta \acute{O}D\grave{\delta}}{100},$$

где $t_{\Delta T}$ – темп изменения объема (или степень выполнения плана) товарооборота, %.

По итогам анализа составляется пояснительная записка, содержащая конкретные рекомендации по управлению расходами и ликвидации нерациональных текущих расходов.

Для углубления экономического анализа расходов по общему объему используется показатель затратоотдачи, который исчисляется отношением товарооборота к сумме расходов на реализацию.

При анализе состава и структуры расходов оценку выполнения плана и динамики по статьям условно-переменных расходов следует приводить по их уровню, а условно-постоянные расходы изучают, прежде всего, по абсолютным данным.

Наиболее сложным этапом анализа расходов в торговле является количественный расчет факторов, влияющих на динамику их уровня.

Измерение влияния степени выполнения плана или динамики товарооборота на расходы делают отдельно по переменным и постоянным статьям. Товарооборот оказывает влияние как на уровень, так и на сумму переменных и только на уровень постоянных расходов. С ростом товарооборота будет расти сумма и уровень переменных расходов, а уровень постоянных расходов будет снижаться. Методика расчета влияния товарооборота рассмотрена на условном примере (задача 1 стр. 187).

Для расчета влияния цен на уровень расходов необходимо иметь данные об индексах цен на товары, индексы транспортных расходов, ставок арендной платы, тарифов на коммунальные услуги, индексах должностных окладов, тарифных ставок. Затем уровень расходов по отдельным статьям пересчитывается в сопоставимые цены и тарифы. Разница между уровнем расходов в действующих и сопоставимых ценах и есть показатель влияния ценового фактора.

Влияние сокращения звенности товародвижения ($\Delta P_{ЗВ}$) на затраты по статье «Транспортные расходы», «Товарные потери» определяется следующим образом:

$$\Delta P_{ЗВ} = (ЗВ_1 - ЗВ_0) \cdot T_{РОЗН1} \cdot P'_{ПЕР ОПТ1} : 100,$$

где $ЗВ_1$ – отчетный показатель звенности товародвижения, %;

$ЗВ_0$ – базисный показатель звенности товародвижения, %;

$T_{РОЗН1}$ – фактический розничный товарооборот отчетного периода, млн р.;

$P'_{ПЕР ОПТ1}$ – фактический уровень условно-переменных расходов оптового звена (торговли), %.

Приведенная формула определяет экономию (перерасход) расходов опта, а для розничных организаций такое изменение означает адекватное увеличение (уменьшение) потребности в дополнительных затратах.

Повышение производительности труда ведет к высвобождению численности работников и, следовательно, к сокращению расходов на оплату труда (ΔP_{np}), что можно представить следующей формулой:

$$\Delta P_{np} = \frac{\dot{O}_1 \cdot \dot{C}\ddot{I}\ddot{n}\delta_0}{\dot{I}\dot{O}_1} - \frac{\dot{O}_1 \cdot \dot{C}\ddot{I}\ddot{n}\delta_0}{\dot{I}\dot{O}_0},$$

где $\dot{P}T_1$ – производительность труда торговых работников отчетного периода, %;

$\dot{P}T_0$ – производительность труда торговых работников базисного периода, %;

T_1 – фактический розничный товарооборот отчетного периода, млн р.;

$\dot{Z}Pcp_0$ – средняя заработная плата торговых работников базисного периода, млн р.

Также на снижение расходов торговой организации оказывают влияние эффективность использования основных средств, развитие и применение прогрессивных форм торговли, совершенствование условий закупки и завоза товара, прием или передача магазинов и множество других факторов.

Влияние изменения товарооборачиваемости (ΔK_{TO}) на расходы по уплате процентов за пользование кредитом измеряется по следующей формуле:

$$\Delta K_{TO} = (TO_1 - TO_0) \cdot Tодн_1 \cdot D \cdot B : 100 : 100,$$

где TO_1 – время обращения товаров отчетного периода, дней;

TO_0 – время обращения товаров базисного периода, дней;

$Tодн_1$ – фактический однодневный товарооборот в покупных ценах, млн р.;

D – доля кредита в оплате товара, %;

B – ставка банка за пользование кредитом (годовая), %.

10.4. Особенности анализа отдельных статей расходов

Более детальный анализ производится по отдельным статьям расходов. При этом фактические расходы сопоставляются с установленной сметой (планом).

Каждая статья формируется под влиянием различных организационно-экономических условий деятельности. В процессе анализа вы-

являются обоснованность и целесообразность произведенных затрат по местам их возникновения, осуществляется контроль за расходованием средств. Принимается во внимание, что не любое сокращение расходов всегда носит обоснованный характер и означает повышение эффективности. К примеру, нельзя положительно оценить снижение расходов на рекламу, фасовку и упаковку товаров из-за отсутствия ремонта помещений, несвоевременной замены торгово-технологического оборудования и по другим статьям, ориентированным на обеспечение высокого качества торгового обслуживания. Подобная «экономия» влияет на положительный имидж организации и ее конкурентоспособность.

Методика анализа различна по статьям расходов, зависимых и малозависимых от изменения суммы выручки от реализации товаров. При изучении в краткосрочном периоде условно-постоянные расходы сравниваются по сумме, а переменные – по уровню.

Транспортные расходы

Данный вид расходов занимает значительную долю расходов. На уровень этих расходов значительное влияние оказывают виды используемых транспортных средств, рациональные условия доставки грузов, структура реализуемых товаров, тарифы за перевозку грузов и т. д. Анализ транспортных расходов проведен на условном примере (задача 3, стр. 189).

Резервами сокращения транспортных расходов являются:

- соблюдение схем товародвижения;
- перевозка грузов в контейнерах, таре-оборудовании;
- улучшение организации и механизации погрузочно-разгрузочных операций;
- наиболее полное использование грузоподъемности и пробега автомобилей;
- использование (когда это целесообразно) автомобилей малой тоннажности, автоприцепов.

Расходы на оплату труда работников

Вместе с отчислениями на социальные нужды расходы на оплату труда работников занимают более 50% в общей сумме расходов организации.

При анализе расходов на оплату труда следует обратить внимание на соотношение темпов роста товарооборота и расходов на оплату труда, или производительности труда и средней заработной платы на одного работника.

Сумма расходов на оплату труда находится в прямой зависимости от изменения численности работников и заработной платы и рассчитывается по следующим формулам:

$$POT = Ч \cdot ЗП_{ср},$$

$$\Delta POT_{\text{ч}} = (Ч_1 - Ч_0) ЗП_{ср0},$$

$$\Delta POT_{ЗП_{ср}} = Ч_1 (ЗП_{ср1} - ЗП_{ср0}),$$

где POT – расходы на оплату труда, млн р.;

$\Delta POT_{\text{ч}}$ – изменение суммы расходов на оплату труда за счет изменения численности работников, млн р.;

$\Delta POT_{ЗП_{ср}}$ – изменение суммы расходов на оплату труда за счет изменения средней заработной платы, млн р.;

$Ч_1$ – среднегодовая численность работников торговли отчетного периода, чел.;

$Ч_0$ – среднегодовая численность работников торговли базисного периода, чел.;

$ЗП_{ср1}$ – средняя заработная плата на одного работника отчетного периода, млн р.;

$ЗП_{ср0}$ – средняя заработная плата на одного работника базисного периода, млн р.

Убыль товаров

Эти расходы представляют собой естественную убыль, нормируемую при перевозке, хранении и продаже товаров. Она зависит от структуры оборота, доли товаров, поступающих от поставщиков в расфасованном виде, скорости реализации, состояния материально-технической базы и условий хранения. Доля этих расходов незначительна (около 0,4% в общей сумме), но их сокращение позволяет сохранить объем и качество товарных ресурсов, способствует соблюдению работниками режима экономии, их нравственному совершенствованию.

В процессе анализа необходимо выявить:

- соблюдение норм естественной убыли товаров;
- обоснованность отнесения сверхнормативных потерь товаров на издержки обращения, а не на счет виновных лиц;
- правильность составления актов на бой, порчу товаров и т. п.

Основные предпосылки сокращения убыли товаров следующие:

- укрепление материально-технической базы и обеспечение надлежащих условий хранения товаров в магазинах и складах;

- оснащение всех магазинов, торгующих скоропортящимися продуктами, необходимым холодильным оборудованием;
- сокращение звенности доставки и уменьшение расстояния перевозок;
- увеличение продажи товаров в расфасованном виде;
- соблюдение установленных правил материальной ответственности работников за сохранность товарно-материальных ценностей;
- поощрение коллективов и отдельных материально ответственных лиц за экономию.

Расходы на тару

Данные расходы занимают небольшую долю (0,8%) в расходах, но ориентированы на сохранение потребительских свойств товаров. Не все организации, к сожалению, умеют извлекать доходы от операций с тарой.

В процессе анализа необходимо выявить, по каким направлениям формируются эти расходы:

- естественный износ тары при доведении товаров до потребителей (уценка мешков, ремонт тары и т. п.);
- потери вследствие бесхозяйственности и плохого ведения тарного хозяйства.

Для экономного ведения тарных операций целесообразно осуществить следующие организационно-технические и экономические мероприятия:

- использование передовой технологии приемки, хранения, ремонта и отгрузки всех видов тары;
- расширение поставки в торговую сеть товаров в инвентарной и многооборотной таре, пакетах, контейнерах и т. п.;
- повышение материальной заинтересованности и ответственности продавцов, кладовщиков, менеджеров за сохранность тары и ведение тарных операций.

Расходы по подработке, подсортировке и упаковке товаров

Значительное место занимают расходы по эксплуатации холодильных установок. Они представляют собой, как правило, материальные затраты и непосредственно способствуют повышению качества торгового обслуживания, зависят от ассортимента реализуемых товаров и степени оснащенности холодильной техникой.

Расходы на рекламу

В условиях конкуренции и систематического обновления ассортимента необходимо широко информировать покупателей о наличии и поступлении товаров, в особенности новых. Их сокращение по сравнению с планом отрицательно сказывается на конкурентоспособности организации.

В процессе планирования целесообразно разработать и осуществить комплекс рекламных мероприятий, нацеленных на устойчивое развитие торговли новыми изделиями и послепродажное обслуживание.

Амортизация основных средств и нематериальных активов

Эти расходы зависят от состояния материально-технической базы, доли оборудования и машин, норм амортизационных отчислений. Если воспроизводство осуществляется по плану, то и фактическая сумма отчислений соответствует плановым показателям.

При анализе важно выявить наличие неиспользуемого оборудования, а, следовательно, отсутствие какого-либо экономического эффекта от его амортизации.

Расходы на аренду и содержание помещений

К ним относят расходы на освещение, отопление, водоснабжение, канализацию и другие коммунальные услуги. Сопоставление фактических расходов с планом производится по сумме.

В процессе анализа следует установить:

- правильность применяемых ставок и тарифов за услуги;
- соблюдение норм расходования электроэнергии и других ресурсов;
- степень обоснованности и целесообразности затрат на совершение отдельных хозяйственных операций.

Расходы на ремонт

Своевременный и качественный ремонт обеспечивает содержание помещений в нормальном состоянии, способствует повышению эффективности использования материально-технической базы, созданию положительного имиджа организации.

Расходы по страхованию товарно-материальных ценностей

Данный вид расходов призван возмещать ущерб от стихийных и других страховых случаев. Сумма расходов зависит от стоимости имущества, подлежащего страхованию и предусмотренных ставок.

Налоги и сборы

Сумма расходов по этой статье зависит от состава платежей, относимых на расходы. Оценка земельных участков по кадастровой стоимости влечет за собой резкое увеличение земельного налога, который занимает значительную долю в этой статье.

Прочие расходы

Эти затраты содержат множество статей расходов, в частности представительские, командировочные, канцелярские, на содержание служебных автомобилей, оплата услуг связи, консультативных, маркетинговых, аудиторских и других подобных услуг, расходы на охрану, сбор выручки и т. п.

Необходим подробный анализ каждого вида этих расходов.

10.5. Планирование общей суммы и отдельных статей расходов

Исходной информацией планирования расходов на реализацию являются следующие ее виды:

- прогнозные расчеты объема товарооборота, транспортных перевозок и других видов работ;
- планы развития материально-технической базы;
- учет изменений в составе торговой сети и специализация магазинов, корректировка режима работы и т. д.;
- тарифы и ставки на услуги других отраслей народного хозяйства, ставки налогов и обязательных платежей в бюджет;
- результаты экономического анализа за текущий и предшествующие годы.

Планы расходов на реализацию целесообразно составлять на год с ежемесячной разбивкой, а на пять лет – с годовой разбивкой. Содержание планов должно отвечать целям повышения качества торгового обслуживания и обеспечения эффективной работы торговой организации.

Планирование расходов на реализацию осуществляется с использованием экономико-математических, экономико-статистических и расчетно-аналитических методов, а также метода технико-экономических расчетов (нормативного), оптимизации плановых решений и др.

Суть метода технико-экономических расчетов заключается в планировании расходов по отдельным статьям на основе различных

нормативов затрат, норм, ставок и т. д. Каждая торговая организация самостоятельно разрабатывает нормы и нормативы расходов по отдельным статьям, исходя из объема и специфики своей деятельности, а в отдельных случаях субъектам доводятся лимиты и предельные нормативы, что позволяет более обоснованно подходить к процессу планирования и контролировать фактические расходы.

Торговым организациям рекомендуется предварительно определять максимально допустимые сумму и уровень расходов на реализацию, обеспечивающие получение целевой прибыли, а при расчетах использовать любой из вышеперечисленных методов (выбирается тот, который наилучшим образом отражает тенденции в развитии организации на перспективу). В пределах максимально допустимых значений показателя расходов производится их планирование по отдельным статьям. Когда величина затрат по статьям расходов получена, может возникнуть необходимость корректировки общей величины затрат в соответствии с поставленными целями. При этом следует уточнить расходы по статьям, в большей степени подконтрольным организации, и разработать комплекс мер, обеспечивающих выполнение этих условий. Если же общие сумма и уровень расходов удовлетворяют организацию, корректировка не ведется.

Совокупную величину расходов определяют как сумму постоянных расходов (позлементно) и переменных затрат. Последние исчисляются путем умножения уровня переменных расходов на плановый объем товарооборота.

Планирование расходов можно начинать с плановых расчетов отдельных статей расходов по элементам затрат. Затем определяются их общий размер и уровень.

Рассмотрим методику планирования расходов по отдельным статьям.

Транспортные расходы

Транспортные расходы – это расходы, связанные с перевозкой товаров всеми видами транспорта: железнодорожным, автомобильным, водным, воздушным.

Расходы по железнодорожным перевозкам занимают в розничной торговле небольшой удельный вес и планируются только по товарам, которые завозятся на условиях «франко-станция отправления». Для расчета стоимости железнодорожных перевозок определяют грузооборот в тоннах, включая вес тары. Затем в зависимости от вида перевозки (повагонная, контейнерная, мелкими партиями) и грузоподъемности вагона или контейнера рассчитывают необходимое количе-

ство вагонов (контейнеров), умножают его на тариф за один вагон (контейнер), установленный для соответствующего расстояния, и получают стоимость транспортных расходов. Кроме того, учитывается стоимость услуг за сопровождение груза, подачу и подготовку вагона, содержание подъездных путей, а также другие расходы, предусмотренные условиями заключенных договоров поставки.

Чаще всего грузы в торговле перевозятся автомобильным транспортом. Поскольку данные перевозки занимают наибольший удельный вес по рассматриваемой статье расходов, следует особенно внимательно планировать их величину. Товары могут завозиться в магазины на условиях кольцевого завоза (централизованная доставка), привлеченным, арендованным либо собственным автотранспортом, что необходимо учитывать при планировании. Так, расходы собственного автотранспортного хозяйства учитываются на других статьях (расходы оплаты труда, амортизация и др.).

Расходы по централизованной доставке товаров планируются исходя из плана поступления товаров и тарифа, определяемого в процентах к стоимости завозимых товаров. Если величина на поставки в договоре указана в тоннах, стоимость перевозки рассчитывается с учетом их массы, средней цены за тонну и тарифа.

При доставке товаров привлеченным транспортом (чаще всего на условиях почасового тарифа) стоимость расходов планируется с учетом количества автомобилей, используемых для перевозки, часов работы машины в день, дней работы в плановом периоде и тарифов за каждый час работы.

Если привлеченный автотранспорт оплачивается на договорной основе по тарифам за тонно-километр, то расчет расходов производится в зависимости от класса груза, тарифов и объема транспортного грузооборота. Все грузы подразделяются на четыре класса, каждому из которых соответствует степень грузоподъемности. Транспортный грузооборот исчисляется как сумма объема поступления товаров в тоннах, массы тары и объема повторных перевозок. Тогда расходы по перевозке товаров можно рассчитать, умножая транспортный грузооборот в тоннах на тариф перевозки за одну тонну, установленный для заданного расстояния (тариф обусловлен классом груза).

К рассчитанным на основе вышеизложенных способов расходам прибавляются стоимость погрузочно-разгрузочных работ, расходы по экспедированию, стоимость хранения груза на складах автотранспортных организаций.

Величина транспортных расходов постоянно снижается поскольку подавляющее большинство поставщиков товаров включают стои-

мость транспортировки в цену товара. Торговые организации также могут включать оплаченные ими затраты по доставке грузов в стоимость товаров, тогда расходы по данной статье будут отсутствовать. Транспортные расходы сверх стоимости товаров оплачиваются и, соответственно, планируются лишь в отношении поставок от оптовых и посреднических структур.

Расходы на оплату труда персонала

Расходы на оплату труда персонала включаются в расходы на реализацию товаров в пределах суммы, предусмотренной в плане по труду и заработной плате (методика планирования рассмотрена в теме 5.2).

Отчисления на социальное страхование

Отчисления на социальное страхование планируются исходя из установленных норм в процентах от плановой суммы (сметы) фонда заработной платы.

Расходы по аренде (лизингу)

Расходы по аренде (лизингу) основных средств и нематериальных активов планируются исходя из величины арендуемой площади и условий заключенных договоров аренды и лизинга. Если в предстоящем периоде не предусматриваются изменения арендуемой площади, ставок арендной платы и других расходов, то в качестве плановой можно принять сумму расходов по данной статье за предшествующий период. При изменении параметров планирование производится отдельно по каждому виду расходов.

Сумма арендной платы определяется путем умножения размера арендуемой площади на ставку арендной платы (с учетом коэффициентов месторасположения, комфортности, качества среды, типа населенного пункта и др.) в плановом периоде (пример расчета – задача 2, стр. 189).

Расходы по лизингу планируются в соответствии с заключенным договором исходя из сумм погашения и лизинговых процентов.

Расходы на содержание сооружений, помещений и инвентаря

Расходы на содержание сооружений, помещений и инвентаря – это расходы на освещение, водоснабжение, отопление, охрану и т. д. Суммы данных расходов планируются на основе заключенных дого-

воров, предусматривающих количество потребляемых ресурсов (часто в виде лимита их потребления), тарифы и ставки за одну потребляемую единицу. При этом необходимо учитывать прогнозируемую величину инфляционных изменений стоимости ресурсов в предстоящем периоде.

Амортизация основных средств и нематериальных активов

Амортизация основных средств и нематериальных активов – расходы по данной статье рассчитываются исходя из норм амортизационных отчислений, нормативных сроков службы или сроков полезного использования объектов основных средств и их среднегодовой стоимости, определяемой по формуле

$$\bar{C}_{i\tilde{N}} = \tilde{N}_{i\tilde{N}i} + \frac{\tilde{N}_{i\tilde{N} \hat{a}\hat{a}} \cdot N_{i\hat{a}\tilde{N} \hat{a}\hat{a}}}{12} - \tilde{N}_{i\tilde{N} \hat{a}\hat{a}}(12 - N_{i\hat{a}\tilde{N} \hat{a}\hat{a}}),$$

где \bar{C}_{OC} – среднегодовая стоимость основных средств (по группам), млн р.;

C_{OCH} – стоимость основных средств на начало планового периода, млн р.;

$C_{OC \text{ вв}}$ – стоимость основных средств, вводимых в плановом периоде, млн р.;

$N_{\text{мес вв}}$ – число месяцев функционирования основных средств, вводимых в плановом периоде (начиная с месяца, следующего за месяцем ввода);

$C_{OC \text{ выб}}$ – стоимость основных средств, выбывающих в плановом периоде, млн р.;

$N_{\text{мес выб}}$ – число месяцев функционирования основных средств, выбывающих в плановом периоде.

Если точно не известно, в каком месяце будут приобретены или ликвидированы основные средства, то число месяцев функционирования определяют как среднее по кварталам:

- I квартал – 10,5 мес.;
- II квартал – 7,5 мес.;
- III квартал – 4,5 мес.;
- IV квартал – 1,5 мес.

Сумма амортизационных отчислений по основным средствам равна:

$$\dot{A}\hat{I}_{\hat{N}} = \frac{\sum \dot{A}\hat{N} \cdot \dot{A}\hat{I}}{100},$$

где $\dot{A}O_{oc}$ – сумма амортизационных отчислений по соответствующей группе основных средств, млн р.;

$\sum AC$ – амортизационная стоимость, млн р.;

$\dot{A}O_n$ – норма амортизационных отчислений по соответствующей группе основных средств, млн р.

При планировании амортизационных отчислений по нематериальным активам исходят из стоимости их приобретения и срока полезного использования, установленного в организации по каждому виду нематериальных активов. Так, например величина амортизационных отчислений со стоимости лицензии определяется как 1/5 ее стоимости (срок действия лицензии на торговлю).

Затраты и отчисления на ремонт основных средств

Затраты и отчисления на ремонт основных средств планируются исходя из объемов ремонтных работ, предусмотренных в плановом периоде. Расходы, заложенные в плане сметы на проведение как текущего, так и капитального ремонтов, могут быть полностью отнесены на расходы по завершению работ или резервироваться и списываться частями на протяжении некоторого отрезка времени. Ежемесячная сумма расходов при резервировании может определяться постоянной величиной либо в процентах к товарообороту или к стоимости основных средств.

Износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов

Износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов – суммы износа отдельных предметов, учитываемых в составе оборотных средств, планируются в соответствии с принятым в учетной политике организации порядком их списания. Если в плановом периоде предполагается приобрести предметы и инвентарь стоимостью до одной базовой величины и со сроком службы до одного года, то на данную статью относится их полная стоимость. Если же величина данных показателей выходит за указанные рамки, то, как правило, на статью относится 50% их стоимости, но может быть и 100, и 0 %, если это предусмотрено учетной политикой.

Другие расходы исчисляются в пределах статьи поэлементно.

Расходы на топливо, газ и электроэнергию для производственных нужд

Расходы на топливо, газ и электроэнергию для производственных нужд планируются только в организации общественного питания и рассчитываются исходя из количества, мощности и режима работы оборудования для приготовления пищи, а также действующих тарифов.

Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров

Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров планируются отдельно по каждому элементу, а их общая величина определяется путем суммирования расходов по всем видам.

Расходы на упаковку товаров зависят от норм расходования упаковочных материалов на единицу упаковываемых товаров в стоимостном или натуральном выражении. Конечная сумма – это произведение нормы расходов упаковочных материалов и объема фасуемых товаров.

Плата за услуги фасовочных цехов рассчитывается аналогично.

Расходы по временному хранению товаров на чужих складах планируются на основании заключенных договоров с учетом размера арендуемой площади и ставки арендной платы.

Расходы по содержанию и техническому обслуживанию холодильного оборудования, также планируемые на основе заключенных договоров, зависят от его состояния и степени износа.

Если в течение предстоящего периода объемы услуг и тарифы по данной статье останутся постоянными, то при планировании можно использовать трендовую модель или метод экстраполяции, предполагающие распространение тенденций, сложившихся в прошедших периодах, на будущее. Условно-переменный характер расходов, исчисляемых по данной статье, позволяет предположить, что сумма расходов будет изменяться прямо пропорционально изменению товарооборота. Величина расходов исчисляется путем умножения прогнозируемого товарооборота на их сложившийся уровень.

Расходы на торговую рекламу

Расходы на торговую рекламу планируются исходя из плана рекламных мероприятий на будущий период. Для вновь создаваемых организаций, заинтересованных в приобретении известности и положения на рынке, расходы на рекламу целесообразно планировать в пределах максимально возможной суммы, ибо ее изменение в сторону снижения лишь увеличит реальную прибыль по сравнению с про-

гнозируемой. Для организаций, давно функционирующих на рынке, рекламные расходы, как правило, постоянны, учитываются только изменения в проводимой рекламной политике.

При планировании расходов по данной статье необходимо помнить, что необоснованно заниженная сумма затрат на рекламу не позволит достичь прогнозируемого объема товарооборота, прибыли и не обеспечит реализацию поставленных целей.

Уплаченные проценты за предоставленные кредиты и займы

Организация, планирующая использование краткосрочных кредитов при расчете объема привлекаемых заемных средств, должна исходить из однодневного кредитуемого оборота по себестоимости в предстоящем периоде и норматива оборачиваемости запасов и затрат. Потребность в кредитах определяется как разница между общей потребностью в оборотных средствах и наличием собственных оборотных средств. Сумма процентов за кредиты рассчитывается делением на 100 произведения потребности в кредитах и ставки банковского процента. Краткосрочные ссуды выгодны в том случае, если ставка банковского процента ниже общего уровня экономической рентабельности.

При постоянной потребности в кредитных ресурсах расходы по статье могут прогнозироваться по сложившемуся уровню (при неизменных процентных ставках по кредитам) к прогнозируемому объему товарооборота. С 2012 г. данная статья учитывается не в расходах на реализацию, а в расходах по финансовой деятельности.

Потери товаров при транспортировке, хранении и реализации

Потери товаров при транспортировке, хранении и реализации планируются по среднему уровню, сложившемуся за предшествующий период, поскольку полностью зависят от объема и структуры товарооборота. При изменении структуры товарооборота расходы прогнозируются по товарным группам или на основе поправочных коэффициентов, рассчитанных по методу процентных чисел или иными методами.

Расходы на тару

Расходы на тару определяются обычно исходя из сложившегося уровня и планового объема товарооборота. В подавляющем большинстве случаев они устанавливаются как процент от объема по-

ставленных товаров и в настоящее время учитываются в расходах по текущей деятельности.

Налоги, сборы и пошлины

Налоги, отчисления и сборы исчисляются отдельно по каждому виду налогов и сборов (налог на землю, экологический налог, налог на недвижимость, государственные пошлины и сборы) на основе ставок налогов и платежей, а также налогооблагаемой базы, предусмотренной законодательством.

Прочие расходы

Данная статья комплексная и включает различные расходы.

Прочие затраты планируются в поэлементном отношении в зависимости от тактики и политики организации в плановом периоде. Для простоты расчетов на практике целесообразно исходить из предела (лимита), который может быть включен в состав затрат и учтен в налогооблагаемой прибыли и цене.

Расходы по обеспечению условий труда персонала, управлению и функционированию организации и прочие планируют по элементам, основываясь на планах подготовки и переподготовки кадров, мерах по охране труда и технике безопасности, учитывая предписания и предложения, исходя из графиков прохождения медосмотров персоналом, а также обслуживания вычислительной техники, локальной сети и т. д. Смешанный характер статей предполагает в случае неизменности затрат в прогнозируемом периоде возможность предусмотреть постоянные элементы расходов по ним в фиксированной сумме, а также определить переменные в процентах к объему прогнозируемого товарооборота.

Сумма затрат по всем статьям показывает совокупные расходы торговой организации, которые необходимо сравнить с ранее рассчитанной предельной величиной.

Примеры решения задач

Задача 1. Используя данные таблицы 12, проанализируйте расходы на реализацию в торговой организации. В процессе анализа определите размер и темп изменения уровня расходов, а также сумму относительной экономии или перерасхода в отчетном году по сравнению с предшествующим.

Рассчитайте влияние изменения розничного товарооборота на сумму и уровень расходов организации.

Таблица 12 – Данные для расчета влияния розничного товарооборота на расходы торговой организации

Показатели	Предшествующий год	Отчетный год	Темп роста, %, отклонение (+; –)
1. Розничный товарооборот, млн р.	45 000	50 000	111,1
2. Расходы на реализацию:			
сумма, млн р.	7 200	8 150	111,8
уровень, %	16,2	16,3	+0,1
3. Постоянные расходы:			
сумма, млн р.	3 285	3 750	114,1
уровень, %	7,3	7,5	+0,2
4. Переменные расходы:			
сумма, млн р.	4 005	4 400	109,8
уровень, %	8,9	8,8	–0,1

Решение

1. Влияние товарооборота на сумму переменных расходов составляет:

$$\frac{(50000 - 45000) \cdot 8,9}{100} = 445 \text{ млн р.}$$

2. Влияние товарооборота на уровень переменных расходов составляет:

$$\frac{445 \cdot 100}{50000} = 0,89\% .$$

Таким образом, рост товарооборота привел к увеличению переменных расходов на 445 млн р., или 0,89% к обороту.

3. Влияние товарооборота на уровень постоянных расходов равно:

$$\frac{3285 \cdot 100}{50000} - 7,3 = 6,57 - 7,3 = -0,73.$$

Рост товарооборота привел к снижению уровня постоянных расходов на 0,73 пункта. Таким образом, общее влияние товарооборота на сумму расходов составило 445 млн р., а на уровень $0,89 + (-0,73) = +0,16$ процентного пункта.

Задача 2. Торговая организация планирует арендовать у организации государственной формы собственности помещение под торговый объект с 1 марта будущего года.

Определите сумму и уровень расходов по аренде на планируемый год, используя следующую информацию:

1. План розничного товарооборота организации – 10 000 млн р.
2. Полезная площадь помещения – 42 м².
3. Облисполкомом установлен понижающий коэффициент для этого района города 0,9.
4. Арендодателем установлен коэффициент 1,2.

Решение

1. Базовая ставка арендной платы равна:

$$86 \cdot 0,9 \cdot 1,2 = 92,9 \text{ тыс. р.}$$

2. Арендная плата в месяц составляет

$$92,9 \cdot 42 = 3\,901,8 \text{ тыс. р., или } 3,9 \text{ млн р.}$$

3. Арендная плата в год составит

$$3,9 \cdot 10 = 39 \text{ млн р.}$$

4. Уровень расходов по аренде равен

$$39 : 10\,000 \cdot 100 = 0,39\%.$$

Задача 3. Проанализируйте транспортные расходы организации, используя данные таблицы 13.

Таблица 13 – Данные для расчета

Показатели	Предшествующий год	Отчетный год
1. Розничный товарооборот, млн р.	35 000	42 200
2. Расходы по транспортировке товаров, млн р.	728	928,4
3. Уровень транспортных расходов, %	2,08	2,2

В отчетном году тариф за перевозку 1 т груза увеличился на 9,2%. В процессе анализа определите следующее:

- уровень транспортных расходов в предшествующем и отчетном годах и размер его изменения;

- влияние объема товарооборота и уровня транспортных расходов и их сумму;
- индекс транспортного тарифа;
- влияние на изменение суммы транспортных расходов изменения транспортного тарифа и физического объема товарооборота.

Решение

1. Размер изменения уровня транспортных расходов составил 0,12 процентного пункта (2,2–2,08).
2. Индекс транспортного тарифа составил 1,092 раза.
3. Влияние товарооборота на сумму транспортных расходов равно:

$$\Delta \dot{D}_{\text{от}} = \frac{(42200 - 35000) \cdot 2,08}{100} = 149,76 \text{ т.р.}$$

4. Влияние уровня транспортных расходов на их сумму составило:

$$\Delta \dot{D}_{\text{ов}} = \frac{(2,2 - 2,08) \cdot 42200}{100} = 50,6 \text{ млн р.}$$

Увеличение уровня расходов по транспорту привело к увеличению их суммы на 50,6 млн р.

5. Влияние изменения транспортного тарифа на сумму транспортных расходов составляет:

$$\Delta \dot{D}_{\text{от}} = 928,4 - (928,4 : 1,092) = 78,22 \text{ т.р.}$$

6. Влияние физического товарооборота на сумму транспортных расходов равно:

$$\Delta \dot{D}_{\text{от, от}} = (928,4 : 1,092) - 728 = 122,18 \text{ т.р.}$$

Таким образом, все факторы привели к увеличению расходов по транспортировке грузов в торговой организации.

Тема 11. ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

11.1. Понятие прибыли и источники ее формирования

В современных условиях развития инновационной экономики значение прибыли для организаций, в том числе и торговых, возрастает, так как от прибыли в первую очередь зависит эффективность их работы и успех на рынке.

В экономической науке сформировались две группы теорий прибыли – объективные и субъективные теории.

Объективные теории объясняют происхождение прибыли внешними причинами. К. Маркс в своем труде «Капитал» (1867 г.) определил прибыль, как часть прибавочной стоимости товара, которую собственник присваивает в форме результата функционирования капитала в обороте фирмы.

Субъективные теории прибыли предполагают наличие дополнительного фактора производства, которым является предпринимательский талант и соответственно право предпринимателя на получение платы за свой талант.

Общепринятой в XVIII–XIX вв. была концепция прибыли на капитал, основателем которой является Адам Смит.

Австрийский экономист Й. Шумпетер в XX в. в своем труде «Теория экономического развития» определил *прибыль*, как результат осуществления инноваций или нововведений.

Объединяя все теории прибыли, можно сказать, что *прибыль* – это приращение капитала, который инвестировал собственник в бизнес в результате кругооборота этого капитала и воздействия на него персонала организации в течение отчетного периода.

Международные стандарты бухгалтерского учета и финансовой отчетности (МСФО) трактуют прибыль как увеличение капитала на конец отчетного периода при сохранении его размера на начало периода.

Прибыль выступает как экономическая категория, показатель оценки деятельности организации, конечный финансовый результат, цель организации, выгода, источник экономического и социального развития, источник пополнения областных и республиканского бюджетов.

Как экономическая категория, прибыль торговой организации представляет собой денежное выражение части стоимости прибавочного продукта, созданного в отраслях материального производства, а также стоимости прибавочного продукта, созданного трудом работников организации торговли, получаемого через механизм ценообразования, в виде вознаграждения за реализацию товаров и оказание услуг.

Как конечный финансовый результат деятельности организации прибыль (наряду с убытком) представляет собой разницу между полученными доходами и расходами. Сумма превышения доходов над расходами образует прибыль, а расходов над доходами – убыток.

Как источник экономического и социального развития организации прибыль представляет собой сумму денежных средств, часть из которых может быть направлена на расширение и модернизацию материально-технической базы, пополнение собственных оборотных средств, улучшение (повышение) уровня жизни работников организации. От величины получаемой организациями прибыли во многом зависит состояние доходной части республиканского и местных бюджетов, так как от величины прибыли зависит величина налогов на прибыль.

В экономической литературе встречаются различные концепции по вопросу источников формирования прибыли. Различают следующие источники прибыли торговой организации:

- Труд, являющийся источником прибыли, если происходит быстрая перепродажа товаров, не нуждающаяся в привлечении других факторов производства.
- Реализация товаров как процесс, так как если товары закуплены, но не реализованы, прибыль не будет получена.
- Другие виды деятельности. В этом случае источником прибыли являются операции, не относящиеся к основному виду деятельности организации.
- Предпринимательская способность, так как уровень способности к предпринимательству во многом определяет объем получаемой прибыли.
- Инновационные технологии. Как источник прибыли применение новых технологий предполагает реализацию товаров на новом качественном уровне, освоение новых сегментов рынка, новых поставщиков, внедрение послепродажного обслуживания, совершенствование организационной структуры управления организацией и др.

11.2. Классификация прибыли и методика расчета ее видов

Прибыль – очень многогранная категория. Применительно к организациям торговли современные условия, а также действующий учет и отчетность в Республике Беларусь позволяют выделить следующие признаки классификации прибыли (рисунок 72):

- по направлениям и видам деятельности;
- по отраслям деятельности;
- по отражению в учете и отчетности;
- по структуре распределения;
- по стадиям развития организации.



Рисунок 72 – Классификация видов прибыли

По характеру и направлениям деятельности различают:

- валовую прибыль;

- прибыль от текущей деятельности;
- прибыль от инвестиционной, финансовой и иной деятельности.

Согласно бухгалтерской и статистической отчетности Республики Беларусь отдельные виды прибыли рассчитываются так, как представлено в таблице 14.

Таблица 14 – Методика расчета отдельных видов прибыли

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
1. Валовая прибыль	$ВП = B - H - C$	<i>ВП</i> – валовая прибыль, млн р.; <i>B</i> – выручка от реализации продукции (товаров, услуг), млн р.; <i>H</i> – налоги и отчисления, уплачиваемые из выручки (НДС и др), млн р.; <i>C</i> – себестоимость реализуемой продукции, млн р.
2. Прибыль от текущей деятельности (по формированию)	$Птд = B - H - C - Ур - Pr + Пдтд - Пртд$	<i>Птд</i> – прибыль от текущей деятельности, млн р.; <i>Ур</i> – управленческие расходы, млн р.; <i>Pr</i> – расходы на реализацию, млн р.; <i>Пдтд</i> – прочие доходы по текущей деятельности, млн р.; <i>Пртд</i> – прочие расходы по текущей деятельности
3. Прибыль от реализации (по формированию)	$Pr = B - H - C - Ур - Pr$	<i>Pr</i> – прибыль от реализации
4. Прибыль от прочих доходов и расходов по текущей деятельности	$Пдр = Пдтд - Пртд$	<i>Пдр</i> – прибыль от прочих доходов и расходов по текущей деятельности
5. Прибыль от текущей деятельности (по распределению)	$Птд = Pr + Пдр$	<i>Птд</i> – прибыль от текущей деятельности
6. Прибыль от инвестиционной, финансовой и иной деятельности	$Пифи = Пинф + ПФ + Пи$	<i>Пифи</i> – прибыль от инвестиционной, финансовой и иной деятельности, млн р.; <i>Пинф</i> – прибыль от инвестиционной деятельности, млн р.; <i>ПФ</i> – прибыль от финансовой деятельности, млн р.; <i>Пи</i> – прибыль от иной деятельности, млн р.
7. Прибыль от инвестиционной деятельности	$Пинв = Динв - Нинв - Ринв$	<i>Пинв</i> – прибыль от инвестиционной деятельности, млн р.; <i>Динв</i> – доходы по инвестиционной деятельности, млн р.; <i>Нинв</i> – налоги от доходов по инвестиционной деятельности, млн р.; <i>Ринв</i> – расходы по инвестиционной деятельности, млн р.

Продолжение таблицы 14

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
8. Прибыль от финансовой деятельности	$Пф = Дф - Нф - Рф$	$Пф$ – прибыль от финансовой деятельности, млн р.; $Дф$ – доходы по финансовой деятельности, млн р.; $Нф$ – налоги от доходов по финансовой деятельности, млн р.; $Рф$ – расходы по финансовой деятельности, млн р.
9. Прибыль от иной деятельности	$Пи = Ди - Ни - Ри$	$Пи$ – прибыль от иной деятельности, млн р.; $Ди$ – доходы по иной деятельности, млн р.; $Ни$ – налоги от доходов по иной деятельности, млн р.; $Ри$ – расходы по иной деятельности, млн р.
10. Прибыль до налогообложения (отчетного периода)	$П = Пт\partial + Пифи$	$П$ – прибыль до налогообложения, млн р.
11. Прибыль от реализации в торговле, общественном питании, заготовительной отрасли	$Пт, Поб, Пз = ВДт\partial, об, з - Рт, об, з - УРт, об, з$	$Пт$ – прибыль от торговой деятельности, млн р.; $Поб$ – прибыль общественного питания, млн р.; $Пз$ – прибыль заготовительной отрасли, млн р.; $ВДт\partial, об, з$ – валовые доходы от реализации в торговле, общественном питании, заготовительной отрасли, млн р.; $Рт, об, з$ – расходы на реализацию товаров в торговле, общественном питании, заготовительной отрасли, млн р.; $УРт, об, з$ – управленческие расходы в торговле, общественном питании, заготовительной отрасли, млн р.
12. Прибыль от реализации продукции, производства и оказания услуг	$Ппр, усл = В - Н - СБ - Рр - У$	$Ппр, усл$ – прибыль от реализации продукции, производства и оказания услуг, млн р.; $В$ – выручка от реализации произведенной продукции (услуг), млн р.; $Н$ – сумма налогов, уплачиваемых за счет выручки от реализации продукции (услуг), млн р.; $СБ$ – себестоимость реализованной продукции (услуг), млн р.; $Рр$ – расходы на реализацию произведенной продукции (услуг), млн р.; $У$ – управленческие расходы, млн р.

Продолжение таблицы 14

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
13. Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг (по распределению)	$Pr = Pt + Pob + Pz + Pnr + Pysl$	<p>Pr – прибыль от реализации, млн р.;</p> <p>Pt – прибыль от реализации в торговле (прибыль розничной и оптовой торговли), млн р.;</p> <p>Pob – прибыль от реализации в общественном питании, млн р.;</p> <p>Pz – прибыль от реализации в заготовительной отрасли, млн р.;</p> <p>Pnr – прибыль от реализации в производстве, млн р.;</p> <p>$Pysl$ – прибыль от оказания услуг, млн р.</p>
14. Налогооблагаемая прибыль	$Pn = P - Плг$	<p>Pn – налогооблагаемая прибыль, млн р.;</p> <p>P – прибыль до налогообложения, млн р.;</p> <p>$Плг$ – льготируемая прибыль, млн р.</p>
15. Чистая прибыль (по формированию)	$Pч = P - НП \pm Иао$	<p>$Pч$ – чистая прибыль, млн р.;</p> <p>$НП$ – сумма налога на прибыль, млн р.;</p> <p>$Иао$ – изменение отложенных налоговых активов и налоговых обязательств, млн р.</p>
16. Чистая прибыль (по распределению)	$Pч = BC + Фп + Фн + Фпр + Фр$	<p>$Pч$ – чистая прибыль, млн р.;</p> <p>BC – отчисления вышестоящим организациям, млн р.;</p> <p>$Фп$ – фонд потребления, который направляется на оплату труда, не относимую к себестоимости и расходам на реализацию, внутренние ссуды, надбавки к пенсиям, путевки, лечение, оздоровление, питание и др., млн р.;</p> <p>$Фн$ – фонд накопления, создаваемый для экономического развития организации, т. е. финансирования инвестиций и пополнения собственных оборотных средств, млн р.;</p> <p>$Фпр$ – прочие специальные фонды, сформированные в том случае, если торговая организация предусматривала финансирование социальной сферы, помощь инвалидам, финансирование массовых мероприятий, млн р.;</p> <p>$Фр$ – резервный фонд для обеспечения выплаты заработной платы, предназначенный для финансирования непредвиденных затрат по оплате труда, связанных с рисками хозяйственной деятельности (этот фонд может создаваться в размере до 25% годового фонда заработной платы), млн р.</p>

Окончание таблицы 14

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
17. Совокупная прибыль	$ПС = Пч + ПП \pm ПО$	$Пс$ – совокупная прибыль, млн р.; $ПП$ – сумма переоценки долгосрочных активов, млн р.; $ПО$ – результат от прочих операций, не включенных в чистую прибыль, млн р.
18. Минимальная чистая прибыль	$П_{\min} = \frac{Кс \cdot МУР}{100 - ДНб}$	$П_{\min}$ – минимальная чистая прибыль, млн р.; $Кс$ – стоимость собственных основных и оборотных средств организации; $МУР$ – минимальный уровень рентабельности собственных средств, %; $ДНб$ – доля налогов, уплачиваемых из прибыли в отчетном периоде, %
19. Целевая прибыль	$Пц = \frac{С}{100 - ДНб} \cdot 100$	$Пц$ – целевая прибыль, млн р.; $С$ – сумма средств, необходимых на реализацию целей (задач) организации, млн р.

Механизм формирования прибыли организации с основным видом деятельности – торговля, с учетом того, что организации торговли наряду с розничной и оптовой торговлей занимаются производством, общественным питанием и оказанием услуг согласно действующей бухгалтерской отчетности в Республике Беларусь, представлен на рисунке 73.

По отражению в учете и отчетности в экономической теории различают следующие виды прибыли:

- бухгалтерскую ($П_б$);
- экономическую ($П_э$).

Бухгалтерская прибыль – это прибыль за отчетный период, отраженная в балансе организации, рассчитываемая как разность между доходами (выручкой) и внешними расходами организации.

Внешние расходы – это оплата поставщикам факторов производства, привлеченным в организацию. В отечественных организациях внешними расходами считаются затраты на производство и реализацию товаров, т. е. себестоимость и расходы на реализацию товаров.

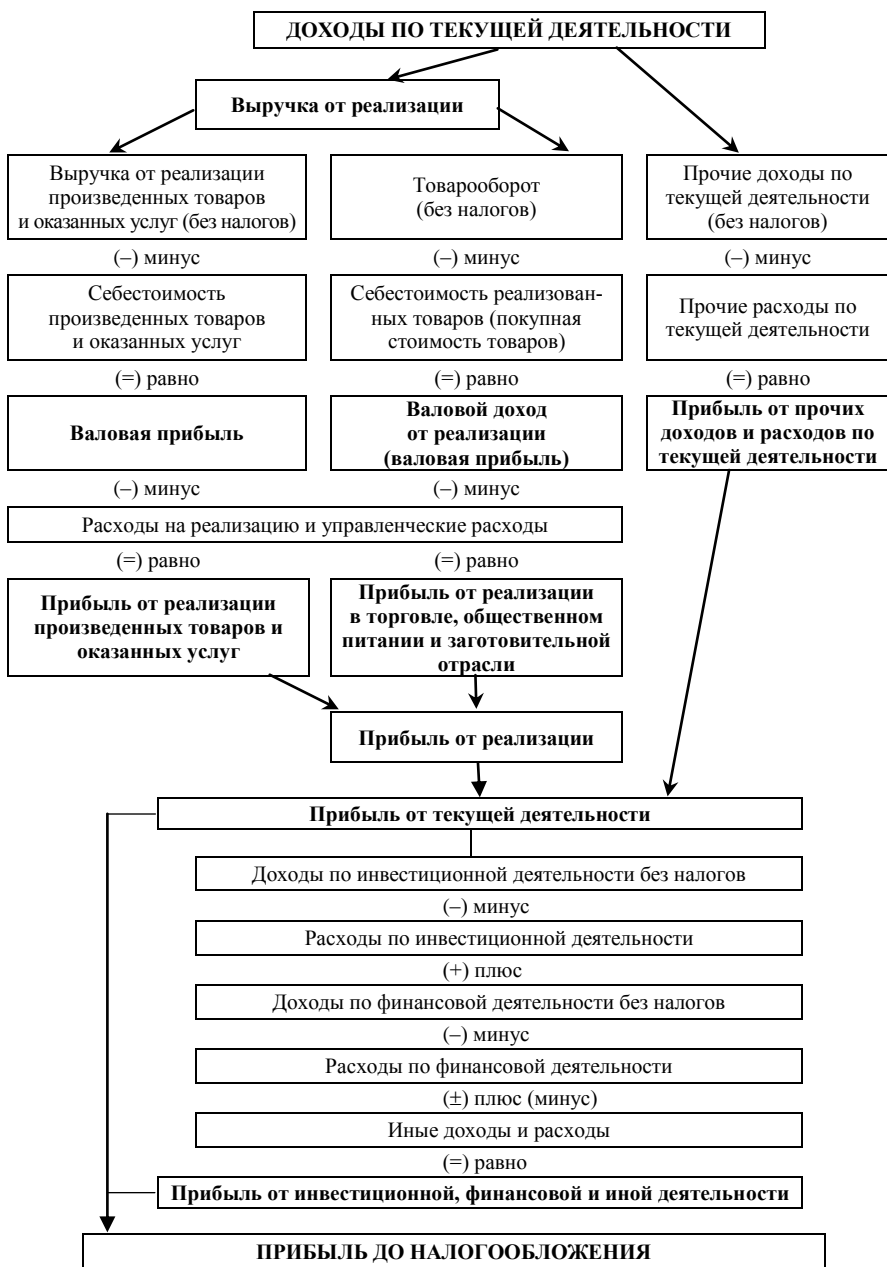


Рисунок 73 – Формирование прибыли торговой организации

Экономическая прибыль представляет собой разницу между доходами и суммой внешних и внутренних расходов.

Внутренние расходы – это стоимость альтернативных возможностей использования собственных ресурсов организации. Иначе внутренние расходы называют расходами упущенных возможностей. Например, если бы организация торговли сдавала свои магазины в аренду, она получала бы за это арендную плату. Однако, занимаясь торговлей, организация не может одновременно получать эту арендную плату. Сумма такой неполученной арендной платы является одной из статей расходов упущенных возможностей.

Экономическая прибыль является критерием целесообразности деятельности организации. Для глубины анализа следует экономическую прибыль рассчитывать по всем отраслям торговой организации. Деятельность торговой организации (или ее определенный вид – розничная торговля) целесообразна, если экономическая прибыль больше или равна нулю ($\Pi_э \geq 0$).

Государственные унитарные предприятия в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь «О порядке отчисления в бюджет части прибыли государственных унитарных предприятий, доходов от находящейся в республиканской и коммунальной собственности акций (долей) хозяйственных обществ и об образовании государственного целевого бюджетного фонда» № 637 от 28 декабря 2005 г. производят обязательное отчисления части чистой прибыли в бюджет.

Остальные коммерческие организации используют прибыль в соответствии со своим уставом и учетной политикой, по различным направлениям, формируя или не формируя фонды. За счет чистой прибыли могут формироваться фонды накопления и потребления, специальные фонды, резервный фонд заработной платы.

По стадии развития организации различают минимальную, целевую и максимальную прибыли.

Любая торговая организация должна получать минимальную прибыль, т. е. прибыль, обеспечивающую минимальный уровень рентабельности. Минимальную прибыль рекомендуется рассчитывать как в рамках анализа работы организации, так и на стадии планирования (см. пункт 18 таблицы 14).

Минимальный уровень рентабельности – это тот уровень, который обеспечит организации получение минимальной прибыли. С точки зрения концепции альтернативной стоимости, он не должен быть меньше процентной ставки банка по депозитам. Если рентабельность

собственного капитала меньше процентной ставки банка, то функционирование организации в данном направлении экономически нецелесообразно.

Минимальную прибыль организация должна получать на всех стадиях своего жизненного цикла («рождение – детство – юность – ранняя зрелость – зрелость – старение – выживание») для удержания организации в этом виде деятельности.

Под целевой прибылью понимается получение организацией определенной суммы денежных средств на реализацию в плановом периоде той или иной цели. Этот вид прибыли характерен для стадий «детство» и «юность» (цель – расширение доли рынка), «ранняя зрелость» и «зрелость» (цель – модернизация материально-технической базы, улучшение уровня жизни). Целевая прибыль ($\Pi_{ц}$) рассчитывается как при анализе, так и при планировании (см. пункт 19 таблицы 14).

Максимизация прибыли – цель организаций коммерческой направленности. Для достижения максимальной прибыли необходимо определить (достичь) тот объем деятельности, при котором она будет получена. Прибыль будет максимальной при равенстве предельных расходов на реализацию и предельных валовых доходов от реализации, т. е.

$$ПВД = ПР,$$

где $ПВД$ – предельный валовой доход от реализации, млн р.;

$ПР$ – предельные расходы, млн р.

Под предельными валовыми доходами и расходами понимают те доходы и затраты, которые были получены и произведены в результате продажи дополнительных единиц (партий товаров) в определенный период времени. Объемы деятельности для достижения максимальной прибыли целесообразно рассчитывать по товарным группам и путем сложения определять тот товарооборот, при котором прибыль будет максимальной. К сожалению, не во всех торговых организациях возможен расчет этих показателей, так как необходимы учет расходов и валовых доходов по товарным группам и приведение всей массы реализованных товаров к единой сопоставимой физической единице.

11.3. Рентабельность как категория оценки прибыли.

Система показателей рентабельности

Прибыль как конечный финансовый результат деятельности торговой организации выражается абсолютной суммой в денежных единицах. Однако сумма прибыли не в полной мере характеризует эффективность и, следовательно, конкурентоспособность организации на рынке. Для качественной характеристики социально-экономической эффективности и конкурентоспособности функционирования торговой организации применяются относительные показатели – уровни прибыли или рентабельности, которые характеризуют прибыльность организации в целом, а также отдельных направлений ее деятельности.

Как экономическая категория рентабельность характеризуется процентным отношением прибыли к одному из показателей, отражающих объемы деятельности, экономические ресурсы или затраты торговой организации.

В условиях инновационной экономики повышается значимость этого показателя как на микро-, так и макроуровне, так как рост рентабельности для конкретной организации означает укрепление ее финансового положения, возможность улучшения материального стимулирования работников, претворение в жизнь стратегии организации, а также увеличение сумм получаемых дивидендов акционерами и интерес для потенциальных инвесторов. Для государства в целом рост рентабельности его отраслей и отдельных организаций означает, во-первых, экономический рост, предпосылки улучшения уровня жизни, экономическую стабильность в обществе, а также увеличение поступления налогов в бюджет.

В связи с тем, что рентабельность является многогранной категорией, ее невозможно выразить одним показателем (рисунок 74). Поэтому при оценке рентабельности работы организации, основным видом деятельности которой является торговля, предлагаются следующие группы показателей рентабельности:

- обобщающие;
- объемов деятельности;
- результатов и видов деятельности;
- экономических ресурсов;
- расходов.

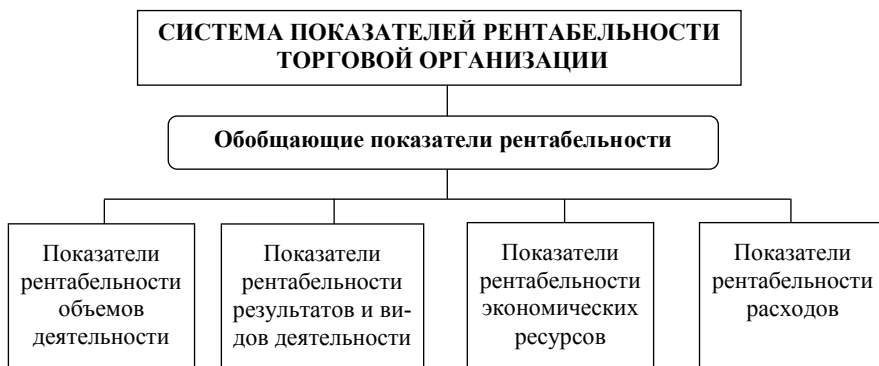


Рисунок 74 – Система показателей рентабельности торговой организации

Однако вначале целесообразно рассмотреть показатели, на основании которых рассчитывается рентабельность, и формы отчетности, в которых они рассматриваются. Остановимся на тех из них, которые не в полной мере охарактеризованы в настоящее время в экономической литературе.

В организациях многоотраслевой направленности с основным видом деятельности – торговля, какими являются организации потребительской кооперации, кроме традиционных показателей рентабельности, оценивается эффективность использования экономических ресурсов и затрат по организации в целом с помощью следующих показателей:

- валовая выручка (совокупные доходы);
- совокупные экономические ресурсы;
- совокупные расходы.

Валовая выручка, или *совокупные доходы*, для организаций торговли представляет собой объем реализованной продукции и услуг по всем отраслям деятельности за анализируемый период, а также другие доходы. В стоимостном выражении этот показатель представляет собой сумму выручки от реализации (без налогов) с прочими текущими доходами.

Совокупные расходы – это показатель, который следует использовать при расчете рентабельности расходов. Совокупные расходы представляют собой сумму расходов на производство и реализацию товаров и услуг, а также других расходов. Расходы на производство и реализацию товаров и услуг определяются как сумма затрат на производство, реализацию продукции (себестоимость) и расходов торговли, общественного питания и заготовительной деятельности.

В таблицах 15 и 16 предложены слагаемые показателей рентабельности и система показателей рентабельности, а также методика их расчета.

Таблица 15 – Слагаемые показателей рентабельности и источники информации

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
1. Прибыль до налогообложения	Отчет о прибылях и убытках (стр. 160, колонка 3)
2. Прибыль от текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 090, колонка 3)
3. Прибыль от реализации	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 – стр. 020 – стр. 040 – стр. 050, колонка 3)
4. Прибыль от реализации в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров* (стр. 3 700, колонка 1)
5. Прибыль оптовой торговли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 3 700, колонка 2)
6. Прибыль общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 3 700, колонка 4)
7. Прибыль заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 3 700, колонка 5)
8. Прибыль от реализации произведенной продукции	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 380, колонка 1)
9. Прибыль от реализации в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 470, колонка 5)
10. Прибыль от прочих доходов и расходов по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 040 – стр. 070, колонка 3)
11. Прибыль от инвестиционной и финансовой деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 100 – стр. 110 + стр. 120 – стр. 130)
12. Чистая прибыль	Отчет о прибылях и убытках (стр. 300, колонка 3)
13. Розничный товарооборот розничной торговли	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
14. Оптовый товарооборот	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 40 000, колонка 1)
15. Валовой товарооборот общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 43 000, колонка 1)
16. Оборот по реализации в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 30 000, колонка 5)
17. Выручка от реализации произведенной продукции	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 310, колонка 1)
18. Выручка от реализации в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 410, колонка 1)
19. Совокупные доходы (валовая выручка)	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 + стр. 070 + стр. 100 + стр. 120)

Продолжение таблицы 15

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
20. Доходы по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 + стр. 070)
21. Выручка от реализации	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010, колонка 3)
22. Прочие доходы по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 070)
23. Валовой доход от реализации	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 6)
24. Валовой доход от реализации в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
25. Валовой доход от реализации в оптовой торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 2)
26. Валовой доход общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 4)
27. Валовой доход заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 5)
28. Доходы по инвестиционной деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 100, колонка 3)
29. Доходы по финансовой деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 120, колонка 3)
30. Фонд заработной платы	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (стр. 02, колонка 2)
31. Фонд заработной платы работников торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)
32. Средняя стоимость имущества организации	Бухгалтерский баланс (стр. 300, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
33. Средняя стоимость имущества торговли	Сумма строк 35 и 37 данной таблицы
34. Средняя стоимость основных средств	Бухгалтерский баланс (стр. 110, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
35. Средняя стоимость основных средств торговли	Стр. 160 формы статистической отчетности № 1-ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (среднее арифметическое колонок 1 и 7)
36. Средняя стоимость оборотных средств	Бухгалтерский баланс (стр. 290, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
37. Средняя стоимость оборотных средств торговли	Форма № 1-торг (розница) «Отчет по розничной торговле за отчетный и предшествующий годы» (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3 + [(стр. 220 – стр. 210 баланса) · доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100]). Валовая выручка (стр. 19 данной таблицы)

Окончание таблицы 15

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
38. Средняя стоимость собственных средств	Бухгалтерский баланс (стр. 490, среднее арифметическое колонок 3, 4)
39. Средняя стоимость собственных средств торговли	Стр. 37 · доля собственных средств в оплате товаров : : 100 + стр. 35 данной таблицы
40. Стоимость экономических ресурсов	Сумма строк 30, 34, 36 данной таблицы
41. Стоимость экономических ресурсов торговли	Сумма строк 31, 35, 37 данной таблицы
42. Совокупные расходы	Отчет о прибылях и убытках (стр. 020 + стр. 040 + + стр. 050 + стр. 080 + стр. 110 + стр. 130, колонка 3)
43. Расходы по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 020 + стр. 040 + + стр. 050 + стр. 080, колонка 3)
44. Прочие расходы по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 080, колонка 3)
45. Расходы на реализацию товаров в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 500, колонка 1)
46. Расходы на реализацию товаров в оптовой торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 2)
47. Расходы на реализацию товаров в общественном питании	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 4)
48. Расходы на реализацию товаров в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 5)
49. Себестоимость реализованной продукции	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 140, колонка 1)
50. Себестоимость продукции в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 430, колонка 1)
51. Расходы по инвестиционной деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 110, колонка 3)
52. Расходы по финансовой деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 130, колонка 3)
Примечание – Знаком «*» отмечена форма, которая до 2011 г. носила название «Отчет о расходах на реализацию товаров».	

Таблица 16 – Система показателей рентабельности торговой организации

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 15)
<i>1. Обобщающие показатели рентабельности</i>		
1.1. Итоговая рентабельность:		
по прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.1}{\tilde{N}\delta\delta.19} \cdot 100$
по чистой прибыли	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.12}{\tilde{N}\delta\delta.19} \cdot 100$
1.2. Рентабельность текущей деятельности:		
по прибыли от текущей деятельности	$\frac{\tilde{I}\delta\epsilon\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\epsilon\ddot{\upsilon} \ \acute{\iota}\delta \ \delta\acute{\alpha}\epsilon\acute{o}\acute{\upsilon}\acute{\alpha}\epsilon \ \acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\delta\acute{\alpha}\epsilon\acute{\upsilon}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\epsilon}{\tilde{A}\acute{\iota}\delta\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\upsilon} \ \acute{\iota}\acute{\eta} \ \delta\acute{\alpha}\epsilon\acute{o}\acute{\upsilon}\acute{\alpha}\epsilon \ \acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\delta\acute{\alpha}\epsilon\acute{\upsilon}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\epsilon} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.2}{\tilde{N}\delta\delta.20} \cdot 100$
1.3. Рентабельность экономических ресурсов:		
по прибыли до налогообложения	$\frac{\tilde{I}\delta\epsilon\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\epsilon\ddot{\upsilon} \ \acute{\alpha}\acute{\iota} \ \acute{\iota}\acute{\alpha}\epsilon\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\alpha}\epsilon\acute{\iota} \ \acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\epsilon\acute{\upsilon}}{\tilde{N}\delta\acute{\iota}\epsilon\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\acute{\upsilon} \ \acute{\gamma}\epsilon\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\epsilon\text{--}\acute{\alpha}\acute{\eta} \ \epsilon\epsilon\delta \ \delta\acute{\alpha}\acute{\eta}\acute{o}\delta\acute{\eta}\acute{\iota}\acute{\alpha}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.1}{\tilde{N}\delta\delta.40} \cdot 100$
по прибыли от текущей деятельности	$\frac{\tilde{I}\delta\epsilon\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\epsilon\ddot{\upsilon} \ \acute{\iota}\delta \ \delta\acute{\alpha}\epsilon\acute{o}\acute{\upsilon}\acute{\alpha}\epsilon \ \acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\delta\acute{\alpha}\epsilon\acute{\upsilon}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\epsilon}{\tilde{N}\delta\acute{\iota}\epsilon\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\acute{\upsilon} \ \acute{\gamma}\epsilon\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\epsilon\text{--}\acute{\alpha}\acute{\eta} \ \epsilon\epsilon\delta \ \delta\acute{\alpha}\acute{\eta}\acute{o}\delta\acute{\eta}\acute{\iota}\acute{\alpha}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.2}{\tilde{N}\delta\delta.40} \cdot 100$
по чистой прибыли	$\frac{\times\epsilon\acute{\eta}\delta\acute{\alpha}\acute{\upsilon} \ \tilde{I}\delta\epsilon\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\epsilon\ddot{\upsilon}}{\tilde{N}\delta\acute{\iota}\epsilon\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\acute{\upsilon} \ \acute{\gamma}\epsilon\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\epsilon\text{--}\acute{\alpha}\acute{\eta} \ \epsilon\epsilon\delta \ \delta\acute{\alpha}\acute{\eta}\acute{o}\delta\acute{\eta}\acute{\iota}\acute{\alpha}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.12}{\tilde{N}\delta\delta.40} \cdot 100$
1.4. Рентабельность совокупных расходов:		
по прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Совокупные расходы}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.1}{\tilde{N}\delta\delta.42} \cdot 100$
по чистой прибыли	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Совокупные расходы}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.12}{\tilde{N}\delta\delta.42} \cdot 100$

Продолжение таблицы 16

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 15)
2. Показатели рентабельности объемов деятельности организации		
2.1. Рентабельность продаж (реализации)	$\frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Выручка от реализации}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta . 3}{\tilde{N}\partial\delta . 21} \cdot 100$
2.2. Рентабельность розничной торговли	$\frac{\begin{array}{l} \text{Идеальный доход от реализации} \\ \text{до реализации} \\ \text{Доходы от реализации} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{Доходы от реализации} \\ \text{до реализации} \end{array}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta . 4}{\tilde{N}\partial\delta . 13} \cdot 100$
2.3. Рентабельность оптовой торговли	$\frac{\text{Прибыль от реализации в оптовой торговле}}{\text{Оптовый товарооборот}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta . 5}{\tilde{N}\partial\delta . 14} \cdot 100$
2.4. Рентабельность общественного питания	$\frac{\begin{array}{l} \text{Идеальный доход от реализации} \\ \text{общественного питания} \\ \text{до реализации} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{до реализации} \\ \text{до реализации} \end{array}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta . 6}{\tilde{N}\partial\delta . 15} \cdot 100$
2.5. Рентабельность заготовительной деятельности	$\frac{\text{Прибыль от заготовительной деятельности}}{\text{Оборот по реализации в заготовительной отрасли}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta . 7}{\tilde{N}\partial\delta . 16} \cdot 100$
2.6. Рентабельность производства	$\frac{\text{Прибыль от реализации продукции производства}}{\text{Выручка от реализации произведенной продукции}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta . 8}{\tilde{N}\partial\delta . 17} \cdot 100$
2.7. Рентабельность других отраслей	$\frac{\text{Прибыль других отраслей}}{\text{Выручка от реализации в других отраслях}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta . 9}{\tilde{N}\partial\delta . 18} \cdot 100$
3. Показатели рентабельности результатов и видов деятельности		
3.1. Рентабельность валового дохода от реализации	$\frac{\begin{array}{l} \text{Идеальный доход от реализации} \\ \text{валового дохода от реализации} \\ \text{до реализации} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{до реализации} \\ \text{до реализации} \end{array}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta . 4 - \tilde{N}\partial\delta . 7}{\tilde{N}\partial\delta . 23} \times 100$

Продолжение таблицы 16

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 15)
3.2. Рентабельность валового дохода розничной торговли	$\frac{\text{Ідєаіуєі іò ðààєєçàððєє} \\ \text{àіáиāñðāāíí ì ì ìðāíтєє} \\ \text{Āāēīāíē ðīāāðñāíđ іò} \\ \text{іáиāñðāāíí іāī ìðāíтєу}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.4}{\tilde{N}\delta\delta.24} \cdot 100$
3.3. Рентабельность валового дохода оптовой торговли	$\frac{\text{Прибыльот реализации} \\ \text{в оптовойторговле}}{\text{Валовойдоходот реализации} \\ \text{в оптовойторговле}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.5}{\tilde{N}\delta\delta.25} \cdot 100$
3.4. Рентабельность валового дохода общественного пи- тания	$\frac{\text{Прибыльот реализации} \\ \text{в общественнѳпитании}}{\text{Валовойдоходот реализации} \\ \text{общественнѳпитания}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.6}{\tilde{N}\delta\delta.26} \cdot 100$
3.5. Рентабельность валового дохода заготовительной отрасли	$\frac{\text{Прибыльот заготовительной} \\ \text{деятельности}}{\text{Валовойдоходзаготовительной} \\ \text{деятельности}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.7}{\tilde{N}\delta\delta.27} \cdot 100$
3.6. Рентабельность прочей текущей де- ятельности	$\frac{\text{Ідєаіуєі іò іđī÷єð āīðīāīā} \\ \text{є ðāñðīāīā ì ì ðāēóиāē} \\ \text{āāуðāēиіíñðē} \\ \text{Іđī÷єð āīðīāи} \\ \text{ì ðāēóиāē āāуðāēиіíñðē}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.10}{\tilde{N}\delta\delta.22} \cdot 100$
3.7. Рентабельность инвестиционной и финансовой дея- тельности	$\frac{\text{Прибыль} \\ \text{отинвестиционной} \\ \text{и финансовѳдеятельности}}{\text{Доходы} \\ \text{поинвестиционной} \\ \text{и финансовѳдеятельности}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.11}{\tilde{N}\delta\delta.28 + \tilde{N}\delta\delta.29} \cdot 100$
3.8. Доля прибыли от реализации в тор- говле в прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Ідєаіуєі іò ðààєєçàððєє} \\ \text{ā ðīçīт÷í ē ðīðāīāēā} \\ \text{Ідєаіуєі āī іāēāīīāēī æāíтєу}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.4}{\tilde{N}\delta\delta.1} \cdot 100$
3.9. Доля чистой прибыли в прибыли до налогообложе- ния	$\frac{\text{Чистаяприбыль}}{\text{Прибыльдо налогообложения}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.12}{\tilde{N}\delta\delta.1} \cdot 100$

Продолжение таблицы 16

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 15)
4. Показатели рентабельности экономических ресурсов		
4.1. Рентабельность трудовых ресурсов:		
по прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Фонд заработной платы}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.1}{\tilde{N}\partial\delta.30} \cdot 100$
по чистой прибыли	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Фонд заработной платы}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.12}{\tilde{N}\partial\delta.30} \cdot 100$
по прибыли от реализации в торговле	$\frac{\text{Итого в торговле}}{\text{Фонд заработной платы в торговле}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.4}{\tilde{N}\partial\delta.31} \cdot 100$
4.2. Рентабельность имущества:		
по прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Стоимость имущества}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.1}{\tilde{N}\partial\delta.32} \cdot 100$
по чистой прибыли	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Стоимость имущества}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.12}{\tilde{N}\partial\delta.32} \cdot 100$
по прибыли от реализации в торговле	$\frac{\text{Итого в торговле}}{\text{Стоимость имущества в торговле}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.4}{\tilde{N}\partial\delta.33} \cdot 100$
4.3. Рентабельность основных средств:		
по прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Стоимость основных средств}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.1}{\tilde{N}\partial\delta.34} \cdot 100$
по чистой прибыли	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Стоимость основных средств}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.12}{\tilde{N}\partial\delta.34} \cdot 100$
по прибыли от реализации в торговле	$\frac{\text{Итого в торговле}}{\text{Стоимость основных средств в торговле}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.4}{\tilde{N}\partial\delta.35} \cdot 100$
4.4. Рентабельность оборотных средств:		
по прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Итого в торговле}}{\text{Стоимость оборотных средств}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.1}{\tilde{N}\partial\delta.36} \cdot 100$

Продолжение таблицы 16

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 15)
по чистой прибыли	$\frac{\times \text{е} \text{н} \text{ò} \text{à} \text{ÿ} \text{ ì} \text{ð} \text{é} \text{á} \text{ú} \text{ë} \text{ü}}{\text{С} \text{ð} \text{á} \text{á} \text{í} \text{ÿ} \text{ÿ} \text{ñ} \text{ò} \text{ì} \text{è} \text{ì} \text{ñ} \text{ò} \text{ü} \text{ í} \text{á} \text{í} \text{ð} \text{ì} \text{ò} \text{í} \text{ú} \text{ò} \text{ ñ} \text{ð} \text{á} \text{ä} \text{ñ} \text{ð} \text{à}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 12}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 36} \cdot 100$
по прибыли от реализации в торговле	$\frac{\text{Ì} \text{ð} \text{é} \text{á} \text{ú} \text{ë} \text{ü} \text{ í} \text{ò} \text{ ð} \text{á} \text{ä} \text{ë} \text{ç} \text{à} \text{ò} \text{ë} \text{è} \text{ð} \text{à} \text{ò} \text{ì} \text{ð} \text{á} \text{í} \text{á} \text{ë} \text{ä}}{\text{Ñ} \text{ð} \text{á} \text{á} \text{í} \text{ÿ} \text{ÿ} \text{ñ} \text{ò} \text{ì} \text{è} \text{ì} \text{ñ} \text{ò} \text{ü} \text{ í} \text{á} \text{í} \text{ð} \text{ì} \text{ò} \text{í} \text{ú} \text{ò} \text{ ñ} \text{ð} \text{á} \text{ä} \text{ñ} \text{ð} \text{à} \text{ò} \text{ì} \text{ð} \text{á} \text{í} \text{á} \text{ë} \text{è}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 4}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 37} \cdot 100$
4.5. Рентабельность собственных средств: по прибыли до налогообложения	$\frac{\text{Ì} \text{ð} \text{é} \text{á} \text{ú} \text{ë} \text{ü} \text{ á} \text{í} \text{ í} \text{à} \text{ë} \text{í} \text{á} \text{í} \text{á} \text{é} \text{í} \text{ á} \text{á} \text{í} \text{è} \text{ÿ}}{\text{Ñ} \text{ð} \text{á} \text{á} \text{í} \text{ÿ} \text{ÿ} \text{ñ} \text{ò} \text{ì} \text{è} \text{ì} \text{ñ} \text{ò} \text{ü} \text{ ñ} \text{í} \text{á} \text{ñ} \text{ð} \text{á} \text{á} \text{í} \text{ú} \text{ò} \text{ ñ} \text{ð} \text{á} \text{ä} \text{ñ} \text{ð} \text{à}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 1}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 38} \cdot 100$
по чистой прибыли	$\frac{\times \text{е} \text{н} \text{ò} \text{à} \text{ÿ} \text{ ì} \text{ð} \text{é} \text{á} \text{ú} \text{ë} \text{ü}}{\text{Ñ} \text{ð} \text{á} \text{á} \text{í} \text{ÿ} \text{ÿ} \text{ñ} \text{ò} \text{ì} \text{è} \text{ì} \text{ñ} \text{ò} \text{ü} \text{ ñ} \text{í} \text{á} \text{ñ} \text{ð} \text{á} \text{á} \text{í} \text{ú} \text{ò} \text{ ñ} \text{ð} \text{á} \text{ä} \text{ñ} \text{ð} \text{à}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 12}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 38} \cdot 100$
по прибыли от реализации в торговле	$\frac{\text{Прибыль от реализации в торговле}}{\text{Стоимость собственных средств торговли}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 4}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 39} \cdot 100$
4.6. Рентабельность экономических ре- сурсов:		
по прибыли до налогообложе- ния	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 1}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 40} \cdot 100$
по чистой прибыли	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 12}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 40} \cdot 100$
по прибыли от реализации в торговле	$\frac{\text{Прибыль от реализации в торговле}}{\text{Стоимость экономических ресурсов торговли}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 4}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 41} \cdot 100$
5. Показатели рентабельности расходов		
5.1. Рентабельность расходов по текущей деятельности	$\frac{\text{Прибыль от текущей деятельности}}{\text{Расходы по текущей деятельности}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 2}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 43} \cdot 100$
5.2. Рентабельность расходов на реали- зацию в розничной торговле	$\frac{\text{Прибыль от реализации в розничной торговле}}{\text{Расходы на реализацию товаров в розничной торговле}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 4}{\tilde{N} \text{ò} \text{ð} . 45} \cdot 100$

Окончание таблицы 16

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 15)
5.3. Рентабельность расходов на реализацию в оптовой торговле	$\frac{\text{Прибыль от реализации в оптовой торговле}}{\text{Расходы на реализацию в оптовой торговле}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.5}{\tilde{N}\partial\delta.46} \cdot 100$
5.4. Рентабельность расходов в общественном питании	$\frac{\text{Прибыль от реализации в общественном питании}}{\text{Расходы на реализацию в общественном питании}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.6}{\tilde{N}\partial\delta.47} \cdot 100$
5.5. Рентабельность расходов на реализацию в заготовительной отрасли	$\frac{\text{Прибыль от реализации в заготовительной отрасли}}{\text{Расходы на реализацию в заготовительной отрасли}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.7}{\tilde{N}\partial\delta.48} \cdot 100$
5.6. Рентабельность расходов на производство	$\frac{\text{Прибыль от производства}}{\text{Расходы на производство}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.8}{\tilde{N}\partial\delta.49} \cdot 100$
5.7. Рентабельность расходов в других отраслях	$\frac{\text{Прибыль от реализации в других отраслях}}{\text{Себестоимость продукции в других отраслях}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.9}{\tilde{N}\partial\delta.50} \cdot 100$
5.8. Рентабельность прочих расходов по текущей деятельности	$\frac{\text{Прибыль от прочих доходов и расходов по текущей деятельности}}{\text{Прочие расходы по текущей деятельности}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.10}{\tilde{N}\partial\delta.44} \cdot 100$
5.9. Рентабельность расходов по инвестиционной и финансовой деятельности	$\frac{\text{Прибыль от инвестиционной и финансовой деятельности}}{\text{Расходы по инвестиционной и финансовой деятельности}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\partial\delta.11}{\tilde{N}\partial\delta.51 + \tilde{N}\partial\delta.52} \cdot 100$

Кроме предложенных показателей рентабельности для совершенствования оценки коммерческой и финансовой деятельности организации, целесообразно рассчитывать показатели *рентабельности торговых сделок*.

Рентабельность торговой сделки определяется по формуле

$$P_{тс} = \frac{Prn}{Opn} \cdot 100,$$

где $P_{тс}$ – рентабельность торговой сделки, %;

Prn – прибыль от реализации партии товара, млн р.;

Opn – оборот по реализации партии товара, млн р.

Прибыль от реализации партии товара – это разница между доходами от реализации этой партии (сумма полученной торговой надбавки или скидки) и фактическими расходами по закупке и реализации этой партии (за исключением покупной стоимости товаров).

Оборот по реализации партии товара – это выручка от реализации партии, которую можно рассчитать как произведение количества товара в партии и розничной цены товара.

Изучение показателей рентабельности торговой организации необходимо производить в динамике, а также, если возможно, в сравнении с показателями конкурентов и среднерыночными показателями.

11.4. Сущность методических подходов к анализу прибыли

11.4.1. Цель, информационное обеспечение и этапы анализа прибыли

Цель экономического анализа прибыли – выявление резервов повышения эффективности хозяйственно-финансовой деятельности организации в отчетном периоде и определение направлений достижения этих резервов.

Информационной базой для анализа прибыли торговой организации служат следующие источники:

1. Бизнес-план организации.
2. Бухгалтерская отчетность:
 - баланс организации (форма № 1);

- Отчет о прибылях и убытках;
- Отчет об изменении капитала;
- Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (форма бухгалтерской отчетности организаций потребительской кооперации).

3. Статистическая отчетность:

- Отчет о розничном товарообороте и запасах товаров (форма № 12-торг (товарооборот));
- Отчет о розничной торговле (форма № 1-торг (розница));
- Отчет о затратах на производство продукции (работ, услуг) (форма № 4-ф (затраты));
- Отчет о финансовых результатах (форма № 12-Ф (прибыль));
- Отчет по труду (форма № 12-Т (торг));
- Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов (форма № 1-Ф (ОС)).

4. Среднерыночные (отраслевые) показатели рентабельности.

Анализ прибыли организаций торговли осуществляется в определенной последовательности согласно следующим этапам:

1. Оценка структуры, выполнения плана и динамики видов прибыли.
2. Оценка влияния факторов на выполнение плана и динамику прибыли.
3. Оценка рентабельности торговой организации и места прибыли в индексном соотношении показателей финансово-хозяйственной деятельности.
4. Изучение распределения и использования прибыли.
5. Оценка прибыли и рентабельности по структурным подразделениям торговой организации (торговым объектам).
6. Определение резервов роста прибыли от торговой деятельности и других видов прибыли.
7. Разработка направлений повышения рентабельности торговой организации.

11.4.2. Оценка структуры, выполнения плана и динамики прибыли

При оценке структуры и выполнения плана прибыли целесообразен расчет нескольких показателей:

1. Удельные веса в прибыли до налогообложения прибыли от текущей деятельности и прибыли от инвестиционной, финансовой и иной деятельности и их изменения.

2. Абсолютное отклонение фактической суммы прибыли за отчетный период от плановой. В отличие от расходов на реализацию товаров и валового дохода от реализации прибыль анализируется только по абсолютному отклонению, так как организацию интересует абсолютный рост прибыли.

3. Абсолютное отклонение фактической суммы прибыли от реализации по отраслям деятельности от плановой.

4. Абсолютное отклонение фактической суммы прибыли по финансовой и инвестиционной деятельности от плана (если эти виды прибыли планируются).

5. Процент выполнения плана прибыли от реализации, реализации в торговле и прибыли в целом.

6. Структура плановой и фактической прибыли и ее изменение.

7. Структура плановой и фактической прибыли от реализации по отраслям и ее изменение.

Оценка динамики прибыли проводится при помощи следующих показателей:

- цепных и базисных темпов роста видов прибыли;
- цепных и базисных темпов прироста видов прибыли;
- значения 1% прироста прибыли;
- структуры прибыли и ее изменения за ряд лет;
- структуры прибыли от реализации и ее изменения за ряд лет.

Если организация в отчетном году сработала с убытком, то темп снижения прибыли рассчитывается по формуле

$$\dot{\sigma}_c = \frac{|\dot{\sigma}_1| + \dot{I}_0}{\ddot{I}_0} \cdot 100,$$

где T_c – темп снижения прибыли, %;

Y_1 – сумма убытка отчетного года по модулю, млн р.;

Π_0 – сумма прибыли предыдущего года, млн р.

В данном случае значение темпа изменения прибыли следует обозначить знаком «минус».

11.5. Методика расчета влияния факторов на изменение прибыли

Факторы, оказывающие влияние на сумму и уровень прибыли, подразделяются на внешние и внутренние.

К внешним относятся следующие факторы:

- экономическое состояние в государстве;
- государственное регулирование организаций в области ценообразования, налогообложения, кредитования;
- изменение цен и тарифов;
- природно-климатические факторы;
- уровень спроса на товары;
- конкуренция;
- уровень покупательской способности населения и др.

К внутренним факторам, непосредственно оказывающим влияние на прибыль торговой организации, относятся:

- изменение физического объема продаж;
- изменение структуры товарооборота;
- изменение уровня валовых доходов от реализации;
- изменение уровня переменных расходов на реализацию товаров;
- изменение суммы постоянных расходов;
- эффективность использования экономических ресурсов;
- изменение операционных доходов и расходов по инвестиционной и финансовой деятельности.

Методика расчета влияния отдельных факторов на прибыль представлена в таблице 17.

Таблица 17 – Методика расчета влияния отдельных факторов на прибыль от реализации в торговле

Факторы	Методика расчета	Условные обозначения
1. Изменение цен	$\Delta\Pi_{цен} = \frac{1}{100} (Tд_{ц_1} - Tс_{ц_1}) \times$ $\times (P_{0(план)} + Урпост_0)$	$\Delta\Pi_{цен}$ – влияние изменения цен на прибыль от торговой деятельности, млн р.; $Tд_{ц_1}$ – товарооборот отчетного года в действующих ценах, млн р.; $Tс_{ц_1}$ – товарооборот отчетного года в сопоставимых ценах, млн р.; $P_{0(план)}$ – рентабельность продаж предшествующего года (плановая), %; $Урпост_0$ – уровень условно-постоянных и управленческих расходов предшествующего года, %

Продолжение таблицы 17

Факторы	Методика расчета	Условные обозначения
2. Изменение физического объема товарооборота	$\Delta\Pi_{\text{физ}} = \frac{1}{100} (T_{\text{ц1}} - T_{0(\text{план})}) \times$ $\times (P_{0(\text{план})} + U_{\text{рпост0}})$	$\Delta\Pi_{\text{физ}}$ – влияние изменения физического объема товарооборота, млн р.; $T_{0(\text{план})}$ – товарооборот предшествующего года (плановый), млн р.
3. Изменение объема товарооборота	$\Delta\Pi_{\text{т}} = \Delta\Pi_{\text{цен}} + \Delta\Pi_{\text{физ}}$	$\Delta\Pi_{\text{т}}$ – изменение прибыли под воздействием всего объема товарооборота, млн р.
4. Изменение структуры товарооборота	$\Delta\ddot{n}\ddot{o}\ddot{d} = \frac{1}{100 \cdot 100} (\ddot{A}\ddot{i}_1 \cdot \ddot{D}\ddot{i}_0 + \ddot{A}\ddot{i}_1 \times$ $\times \ddot{D}\ddot{i}_0 - \ddot{A}\ddot{i}_0 \cdot \ddot{D}\ddot{i}_0 + \ddot{A}\ddot{i}_0 \cdot \ddot{D}\ddot{i}_0) \cdot \ddot{O}_1$	$\Delta\Pi_{\text{стр}}$ – влияние изменения структуры товарооборота на прибыль, млн р.; $\text{Дн}_1, \text{Дн}_0$ – удельный вес продовольственных товаров в товарообороте в отчетном и предшествующем годах, %; Рн_0 – рентабельность реализации продовольственных товаров в предшествующем году, %; $\text{Дн}_1, \text{Дн}_0$ – удельный вес непродовольственных товаров в товарообороте в отчетном и предшествующем годах, %; Рн_0 – рентабельность реализации непродовольственных товаров в предшествующем году, %; T_1 – товарооборот отчетного года, млн р.
5. Изменение уровня валового дохода от реализации	$\Delta\ddot{a}\ddot{a}\ddot{u} = \frac{(\ddot{O}\ddot{a}\ddot{q} - \ddot{O}\ddot{a}\ddot{q}_{(\ddot{i}\ddot{v}\ddot{a}\ddot{i})}) \cdot \ddot{O}_1}{100}$	$\Delta\Pi_{\text{вд}}$ – влияние изменения уровня валового дохода на сумму прибыли, млн р.; Ввд_1 – уровень валового дохода отчетного года, %; $\text{Ввд}_{0(\text{план})}$ – уровень валового дохода предыдущего года (плановый), %
6. Изменение уровня переменных расходов	$\Delta\ddot{i}\ddot{o} \ddot{D}\ddot{i} = \frac{(\ddot{O}\ddot{D}\ddot{i}_1 - \ddot{O}\ddot{D}\ddot{i}_{0(\ddot{i}\ddot{v}\ddot{a}\ddot{i})}) \cdot \ddot{O}_1}{100}$	$\Delta\Pi_{\text{урп}}$ – влияние изменения уровня переменных расходов на сумму прибыли, млн р.; Урп_1 – уровень переменных расходов на реализацию товаров отчетного года, %; $\text{Урп}_{0(\text{план})}$ – уровень расходов на реализацию товаров предшествующего года (плановый), %

Окончание таблицы 17

Факторы	Методика расчета	Условные обозначения
7. Изменение суммы постоянных расходов	$\Delta П_{ПР} = ПР_1 - ПР_{0(план)}$	$\Delta П_{ПР}$ – влияние изменения суммы постоянных расходов на прибыль, млн р.; $ПР_1$ – сумма постоянных расходов в отчетном году, млн р.; $ПР_{0(план)}$ – сумма постоянных расходов предшествующего года (плановая), млн р.
8. Изменение суммы управленческих расходов	$\Delta П_{УР} = УР_1 - УР_{0(план)}$	$\Delta П_{УР}$ – влияние изменения суммы управленческих расходов на прибыль, млн р.; $УР_1$ – сумма управленческих расходов в отчетном году, млн р.; $УР_0$ – сумма управленческих расходов предшествующего года (плановая), млн р.
9. Эффективность использования трудовых ресурсов	$\Delta П_{Пт} = \frac{\Delta Т_{Пт} \cdot P_{0(план)}}{100}$	$\Delta П_{Пт}$ – изменение прибыли за счет изменения эффективности использования трудовых ресурсов, млн р.; $\Delta Т_{Пт}$ – изменение товарооборота под воздействием производительности труда, млн р.; $P_{0(план)}$ – рентабельность продаж предшествующего периода (плановая), %
10. Эффективность использования оборотных средств	$\Delta П_{Ос} = \frac{\Delta Т_{Об} \cdot P_{0(план)}}{100}$	$\Delta П_{Ос}$ – изменение прибыли за счет изменения эффективности использования оборотных средств, млн р.; $\Delta Т_{Об}$ – изменение товарооборота под воздействием скорости товарного обращения, раз
11. Эффективность использования основных средств	$\Delta П_{Оф} = \frac{\Delta Т_{ф} \cdot P_{0(план)}}{100}$	$\Delta П_{Оф}$ – влияние на сумму прибыли эффективности использования основных фондов, млн р.; $\Delta Т_{ф}$ – изменение товарооборота под влиянием фондоотдачи, млн р.

Влияние расходов на прибыль носит не однонаправленный характер, так как с ростом товарооборота переменные расходы увеличиваются пропорционально ему в большей или меньшей степени, а по-

стоянные – остаются неизменными от его роста и увеличиваются под влиянием других факторов. Поэтому влияние расходов на прибыль нужно рассчитывать отдельно по переменным и отдельно по постоянным статьям.

Автором методики анализа формирования прибыли в многоотраслевых организациях потребительской кооперации Е. Г. Толкачевой предложено несколько усовершенствовать традиционный факторный анализ прибыли путем использования следующей формулы:

$$\dot{I}\dot{\partial} = \frac{\dot{O}(\acute{O}\acute{a}\ddot{a}-\acute{O}\delta\dot{r})}{100} - \dot{I}\dot{D} - \acute{O}\dot{D},$$

где $\dot{I}\dot{\partial}$ – прибыль от реализации, млн р.;

\dot{T} – товарооборот, млн р.;

$\dot{U}\delta\delta$ – уровень валового дохода от реализации, %;

$\dot{U}\rho n$ – уровень переменных расходов, %;

$\dot{I}\dot{P}$ – сумма постоянных расходов, млн р.;

$\dot{U}\dot{P}$ – сумма управленческих расходов, млн р.

Расчет влияния факторов производится методом цепной подстановки путем построения аналитической таблицы. Значение этой методики в том, что она не искажает истинных причин изменения прибыли. При применении традиционной методики возникает такое противоречие, что рост товарооборота в отчетном году при убыточной работе в предшествующем периоде ведет при росте уровня валовых доходов и снижении уровня расходов к росту убытка, а не увеличению прибыли.

Влияние внешних факторов государственного регулирования деятельности торговой организации, связанных с ценообразованием и кредитованием, можно оценить путем сопоставления темпов изменения уровней валового дохода, расходов по кредиту и рентабельности. Если темп изменения уровня валового дохода и расходов по кредиту превышает темп изменения уровня рентабельности, то политика в области ценообразования и кредитования негативно влияет на прибыль, т. е. ограничение размеров торговых надбавок и высокие процентные ставки за кредит ведут к снижению уровня и доли прибыли в валовом доходе от реализации и, следовательно, к снижению эффективности работы торговой организации в целом.

Расчет влияния доходов и расходов по инвестиционной и финансовой деятельности производится методом прямого счета. Превышение доходов над расходами прямым образом оказывает влияние на увеличение прибыли за отчетный период (прибыли до налогообложения).

Факторный анализ является основой для расчета резервов роста прибыли и рентабельности на предстоящий период.

11.6. Оценка рентабельности, распределения и использования прибыли

Оценка рентабельности функционирования торговой организации производится согласно системе показателей, рассмотренных в пункте 11.3 данной темы, путем расчета темпов и размеров изменения показателей рентабельности за ряд лет. На данном этапе анализа прибыли необходимо оценить место прибыли в соотношении темпов роста показателей финансово-хозяйственной деятельности. Показатели рентабельности будут увеличиваться в том случае, если прибыль будет расти более быстрыми темпами, чем другие показатели результатов деятельности, объемов деятельности, ресурсов и затрат. Для такой оценки используются следующие соотношения:

$$T_{пч} > T_{п};$$

$$T_{пм} > T_{вд} > T_{т} > T_{эр} > T_{р} > T_{ч},$$

где $T_{пч}$ – темп роста чистой прибыли, %;

$T_{п}$ – темп роста прибыли до налогообложения, %;

$T_{пм}$ – темп роста прибыли от реализации в торговле, %;

$T_{вд}$ – темп роста валового дохода от реализации, %;

$T_{т}$ – темп роста товарооборота, %;

$T_{эр}$ – темп роста экономических ресурсов, %;

$T_{р}$ – темп роста расходов по реализации товаров, %;

$T_{ч}$ – темп роста численности работников, %.

Для углубления этого этапа анализа также возможен расчет факторов, влияющих на отдельные показатели рентабельности.

Так, например, показатели рентабельности экономических ресурсов можно представить следующими формулами:

$$\hat{D}\hat{r}\hat{e} = \frac{\hat{I}\hat{d} \cdot 100}{\hat{O}} \cdot \frac{\hat{O}}{\hat{I}\hat{N}\hat{d}} = \hat{D}\hat{d} \cdot \hat{E}\hat{r}\hat{r}\hat{n} ;$$

$$\hat{D}\hat{r}\hat{n}\hat{i} \hat{e} = \frac{\hat{I}\hat{d} \cdot 100}{\hat{O}} \cdot \frac{\hat{O}}{\hat{I}\hat{N}\hat{d}} = \hat{D}\hat{d} \cdot \hat{I}\hat{r}\hat{n} ;$$

$$\Delta \hat{\delta} = \frac{\hat{\delta} \cdot 100}{\delta} \cdot \frac{\Delta}{\delta \hat{C} \hat{I}} = \Delta \delta \cdot \Delta \hat{I},$$

где $\Delta \delta$ – рентабельность оборотного капитала, %;

$\Delta \hat{I}$ – прибыль от реализации в торговле, млн р.;

Δ – товарооборот, млн р.;

δ – средняя стоимость оборотных средств торговли, млн р.;

$\delta \hat{C} \hat{I}$ – коэффициент оборачиваемости оборотных средств, раз;

δ – рентабельность основного капитала, %;

δ – средняя стоимость основных средств торговли, млн р.;

δ – рентабельность товарооборота (продаж), %;

δ – отдача основных средств, р.;

δ – фонд заработной платы работников торговли, млн р.;

δ – рентабельность трудовых ресурсов, %;

δ – трудоотдача, р.

Влияние вышеуказанных факторов производится методом цепной подстановки.

Оценка *распределения и использования прибыли* идет при помощи следующих показателей:

- удельного веса платежей в бюджет в составе прибыли и его изменения в динамике;
- доли чистой прибыли в прибыли до налогообложения и изменения этой доли в динамике;
- удельных весов фондов накопления, потребления и других фондов в составе чистой прибыли и изменения этих удельных весов в динамике.

В ходе данного этапа анализа оценивается своевременность и правильность расчетов платежей из прибыли в бюджет с целью верного определения объема налогообложения и предотвращения штрафных санкций.

Оценка *прибыли и рентабельности по структурным подразделениям торговой организации (торговым объектам)* идет при помощи следующих показателей:

- степени выполнения плана прибыли по каждому структурному подразделению (торговому объекту);
- рентабельности, размеров ее отклонения и темпов изменения по каждому структурному подразделению (торговому объекту) торговой организации.

11.7. Резервы и направления роста прибыли и рентабельности

Данный этап анализа проводится с целью изыскания дополнительных резервов роста прибыли и рентабельности.

Особую актуальность в настоящее время приобретает изыскание резервов роста прибыли, особенно в торговых организациях, где уровень рентабельности невысок относительно организаций других отраслей народного хозяйства.

В зарубежной и отечественной экономической литературе предлагается несколько трансформировать традиционный факторный анализ рентабельности путем введения факторов второго порядка в следующую формулу рентабельности продаж:

$$Pm = \frac{\Pi \cdot 100}{T} = \frac{ВД - Р - Р_{уп}}{Т \cdot I} \cdot 100,$$

где Pm – рентабельность продаж, %;

Π – прибыль от реализации в торговле, млн р.;

T – товарооборот, млн р.;

$ВД$ – валовые доходы от реализации, млн р.;

P – расходы на реализацию товаров, млн р.;

$P_{уп}$ – управленческие расходы, млн р.;

$T_{физ}$ – физический объем товарооборота, млн р.;

I – индекс цен.

Расчет факторов рекомендуется производить так, как предложено в таблице 18.

Непосредственное влияние факторов рассчитывается по следующим формулам:

$$\Delta Pm = P_1 - P_0;$$

$$\Delta ВД = P_1 - P_0;$$

$$\Delta P = P_{II} - P_I;$$

$$\Delta P_{уп} = P_{III} - P_{II};$$

$$\Delta T_{физ} = P_{IV} - P_{III};$$

$$\Delta I = P_V - P_{IV}.$$

Таблица 18 – Алгоритм расчета факторов, связанных с доходами, расходами и объемом деятельности, влияющих на рентабельность продаж торговой организации

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Подстановка				
			$\frac{\hat{A}\hat{A}_1 - \mathcal{D}\hat{d} - P_{y_0}}{\hat{O}_0 \cdot 1} 100$	$\frac{\hat{A}\hat{A}_1 - \mathcal{D}\hat{d} - P_{y_0}}{\hat{O}_0 \cdot 1} 100$	$\frac{\hat{A}\hat{A}_1 - \mathcal{D}\hat{d} - \mathcal{D}\hat{d}}{\hat{O}_0 \cdot 1} 100$	$\frac{\hat{A}\hat{A}_1 - \mathcal{D}\hat{d} - P_{y_1}}{\hat{O}_1 \cdot 1} 100$	$\frac{\hat{A}\hat{A}_1 - \mathcal{D}\hat{d} - P_{y_1}}{\hat{O}_1 \cdot \hat{O}\hat{o}} 100$
Валовые доходы от реализации (<i>ВДр</i>), млн р.	0	1	1	1	1	1	1
Расходы на реализацию товаров (<i>Рр</i>), млн р.	0	1	0	1	1	1	1
Управленческие расходы (<i>Ру</i>), млн р.	0	1	0	0	1	1	1
Физический объем товарооборота (<i>Тфиз</i>)	0	1	0	0	0	1	1
Индекс потребительских цен (<i>Уи</i>)	1	1	0	0	0	0	1
Рентабельность продаж (<i>Рт</i>), %	Рентабельность базисного года (<i>Р₀</i>)	Рентабельность отчетного года (<i>Р₁</i>)	Скорректированный показатель рентабельности (<i>Р_I</i>)	Скорректированный показатель рентабельности (<i>Р_{II}</i>)	Скорректированный показатель рентабельности (<i>Р_{III}</i>)	Скорректированный показатель рентабельности (<i>Р_{IV}</i>)	Скорректированный показатель рентабельности (<i>Р_V</i>)

Вышеизложенные подходы являются основой для расчета резервов роста прибыли и рентабельности торговых организаций.

Резервами роста прибыли являются:

- упущенные возможности снижения расходов на реализацию в отчетном году и других расходов;
- упущенные возможности роста валового дохода от реализации и других доходов;
- сумма недополучения прибыли в результате невыполнения плана прибыли по структурным подразделениям (торговым объектам);
- сумма недополучения прибыли в результате убыточной работы отдельных структурных подразделений;
- возможности роста прибыли за счет изучения опыта работы однотипных организаций (торговых объектов) с более высоким уровнем рентабельности;
- упущенные возможности роста прибыли за счет достижения наибольшей доли рынка, занимаемой организацией в регионе;
- суммы отрицательного воздействия других факторов на прибыль торговой организации.

Завершающим этапом анализа прибыли является разработка направлений роста рентабельности торговой организации по достижению неиспользованных резервов ее роста. Наиболее общими из них являются следующие:

- увеличение физического объема розничного товарооборота;
- увеличение доли непродовольственных товаров с учетом глубокого изучения структуры спроса на эти товары;
- рост доли собственных средств в оплате товаров;
- внедрение инновационных форм и методов продаж;
- совершенствование уровня планово-аналитической работы;
- повышение эффективности коммерческой деятельности по закупке и реализации товаров (партий товаров), своевременное взыскание с поставщиков штрафных санкций;
- применение гибких ценовых стратегий, учитывающих эластичность спроса на различные товарные группы;
- соблюдение режима экономии ресурсов и усиление экономической заинтересованности работников в этой экономии.

11.8. Методические подходы к планированию прибыли

11.8.1. Цель и информационная база планирования прибыли

В современных условиях хозяйствования торговые организации планируют прибыль самостоятельно с учетом нормативных актов, регулирующих их работу. Целью планирования прибыли является определение экономического обоснования ее размера с учетом упущенных резервов ее роста в предшествующем периоде.

При планировании прибыли используется следующая исходная информация:

- результаты анализа хозяйственно-финансовой деятельности за предшествующие годы;
- ожидаемые данные о товарообороте, доходах, расходах на реализацию товаров в текущем году;
- планы расходов на реализацию товаров и валовых доходов от реализации.

Основное место в планировании прибыли занимает расчет прибыли от реализации по ее составляющим (прибыли от торговли, прибыли других отраслей деятельности).

Прибыль от инвестиционной, финансовой и иной деятельности является видом прибыли, не подлежащей точному расчету на перспективу.

Как и при планировании валовых доходов от реализации и расходов на реализацию товаров, к планированию прибыли необходимо применить многовариантный подход.

В процессе разработки плана прибыли используются следующие методы и приемы:

- прямой счет;
- определение прибыли на основании минимальной рентабельности;
- определение прибыли исходя из потребности в финансовых ресурсах для развития организации;
- метод скользящей средней;
- экономико-математическое моделирование.

11.8.2. Сущность альтернативных подходов к расчету плана прибыли

Расчет плана прибыли по нескольким методам (вариантам) является первым этапом планирования прибыли.

Метод прямого счета основан на расчете плана прибыли от реализации исходя из плановых величин доходов и расходов на реализацию товаров и управленческих расходов. Согласно этому методу план прибыли рассчитывается по следующей формуле:

$$\Pi n = BДn - Pn - Py,$$

где Πn – план прибыли от реализации в торговле, млн р.;

$BДn$ – план валового дохода от реализации, млн р.;

Pn – план расходов на реализацию товаров, млн р.;

Py – план управленческих расходов, млн р.

Плановая прибыль производства рассчитывается по формуле

$$\Pi n = Bn - Н\Pi n - СБn - Pn - Py,$$

где Bn – плановая сумма выручки от произведенной продукции, млн р.;

$Н\Pi n$ – плановая сумма налогов и платежей в выручке, млн р.;

$СБn$ – плановая себестоимость реализованной продукции, млн р.

На основании *минимальной рентабельности* планируется минимальная прибыль до налогообложения ($\Pi \min_{\text{чист}}$), которая рассчитывается по следующей формуле:

$$\dot{I} \min_{\text{чист}} = \frac{\hat{E}n \cdot \dot{D} \min}{100 - \hat{A}i},$$

где Kn – сумма собственных средств торговой организации в плановом году, млн р.;

$P \min$ – минимальная рентабельность (не менее годовой ставки банковского процента по депозиту), %;

$Дn$ – доля налогов и платежей в прибыли отчетного года, %.

Рассчитанная по этому методу прибыль должна заинтересовывать организацию в своей деятельности.

Исходя из *потребности в финансовых ресурсах* прибыль за отчетный период (до налогообложения) планируется по следующей методике:

1. Исходя из бизнес-плана определяются суммы средств, направляемые на следующие цели:

- финансирование инвестиций (строительство, модернизация), рассчитываемое по формуле

$$П_{кв} = П_{окв} - А - Дс,$$

где $П_{кв}$ – потребность в инвестициях из прибыли, млн р.;

$П_{окв}$ – общая потребность в инвестициях на планируемый год, млн р.;

$А$ – амортизационные отчисления (плановые), млн р.;

$Дс$ – долгосрочные ссуды банка в плановом году, млн р.;

• пополнение собственного оборотного капитала, вычисляемого следующим образом:

$$\dot{I}_{сос} = \frac{\dot{I}_{сос} \cdot \ddot{A}\acute{o}}{100},$$

где $П_{сос}$ – потребность торговой организации в собственных оборотных средствах в плановом году, млн р.;

$П_{осос}$ – общая потребность в оборотных средствах, млн р.;

$Ду$ – доля собственных оборотных средств в оплате товаров, %;

• материальную поддержку и социальное развитие работников (приобретение путевок, оплата проезда, питания, строительство жилья и другие нужды);

• финансирование других мероприятий (благотворительный, резервный и другие фонды);

• выплату дивидендов, отчисления вышестоящим организациям.

Сумма указанных средств будет составлять плановую чистую прибыль торговой организации.

2. Плановая прибыль до налогообложения ($Пн$) определяется по следующей формуле:

$$\ddot{I}n = \frac{\dot{I} \div \dot{i} \cdot 100}{100 - \ddot{A}\acute{i}\acute{a}},$$

где $Пчп$ – плановая чистая прибыль, млн р.;

$Днб$ – доля налогов из прибыли за отчетный период, %.

По методу скользящей средней можно спланировать как прибыль от реализации в торговле, так и прибыль в целом по организации.

За предшествующие планируемому году пять лет берется уровень рентабельности продаж или уровень итоговой рентабельности торговой организации. На основании этих уровней рассчитываются средние величины отрезков динамического ряда. Затем определяется средний прирост уровня рентабельности. Плановый уровень рентабельности рассчитывается по следующей формуле:

$$Pr = \bar{E}n + 2\bar{\Delta},$$

где Pr – плановая рентабельность, %;

$\bar{E}n$ – средняя величина рентабельности последней части динамического ряда, %;

$\bar{\Delta}$ – среднегодовой размер прироста рентабельности.

Плановая сумма прибыли рассчитывается как произведение плановой рентабельности и товарооборота, деленное на 100.

При расчете всей прибыли по этому методу необходимо брать валовую выручку организации.

Экономико-математическое моделирование заключается в том, что прибыль планируется на основании корреляционно-регрессионной зависимости между прибылью и факторами, ее определяющими. Этот метод возможен при наличии соответствующего программного обеспечения.

Результаты планирования прибыли по различным вариантам целесообразно сводить в единую таблицу для определения оптимального варианта размера плана прибыли. Для достижения оптимальности в планировании необходимо учесть упущенные возможности роста валового дохода, розничного товарооборота в отчетном году и снижения расходов на реализацию товаров.

Проверка плана прибыли осуществляется путем сопоставления плановых темпов роста следующих показателей:

$$ТП_{mn} > ТП_n > ТВД_n > ТТ_n > ТР_n,$$

где $ТП_{mn}$ – плановый темп роста прибыли от реализации в торговле, %;

$ТП_n$ – плановый темп роста прибыли до налогообложения, %;

$ТВД_n$ – плановый темп роста валового дохода от реализации, %;

$ТТ_n$ – плановый темп роста товарооборота, %;

$ТР_n$ – плановый темп роста расходов на реализацию товаров с учетом управленческих расходов, %.

На этом этапе также рассчитываются плановые показатели рентабельности.

На завершающем этапе планирования прибыли производится ее распределение по периодам года исходя из удельного веса прибыли предшествующего года по кварталам и месяцам, а также по объектам торговой сети, где ведется учет доходов и расходов.

Тема 12. ИНВЕСТИЦИОННАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

12.1. Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности

Перед хозяйственными объектами, в том числе и торговыми организациями стоят проблемы выгодного вложения денежных средств, с целью получения максимального дохода. Такое вложение средств называется *инвестиционной деятельностью организации*.

Таким образом, *инвестиции* – это долгосрочные вложения капитала с целью получения доходов и прибыли.

Согласно Инвестиционному кодексу Республики Беларусь *инвестиции* – это средства (деньги, ценные бумаги, земля, основные фонды, имущественные права), вкладываемые в объекты предпринимательской и иной деятельности с целью получения прибыли и достижения иного полезного эффекта.

В экономике также оперируют понятием «капитальные вложения», которое несколько уже, чем категория «инвестиции».

Капитальные вложения – это инвестиции в основные средства, в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение, приобретение машин, оборудования, инструмента и т. д.

Таким образом, инвестирование и совокупность практических действий по реализации инвестиций называется *инвестиционной деятельностью*.

На начальном этапе инвестирования разрабатывают *инвестиционный проект*, продолжительность которого называют *жизненным циклом инвестиций*.

Объектами инвестиций являются:

- строящиеся и реконструируемые торговые объекты.
- комплексы строящихся и реконструируемых объектов, ориентируемые на решение конкретной программы.
- оказание новых услуг в организации.
- научно-технические разработки:
 - имущественные права;
 - лицензии;
 - ноу-хау.

Среди инвестиций можно выделить несколько видов (рисунок 75):

1. Венчурные, представляющие собой инвестиции в форме акций в новые сферы деятельности, связанные с большим риском.

2. Прямые (реальные) – это вложения в уставный фонд организации с целью получения дохода и прав на участие в управлении данной организацией.

3. Портфельные (финансовые) – это вложения средств на депозитные счета банков и приобретение ценных бумаг.



Рисунок 75 – Классификация инвестиций

Источники инвестиций представлены на рисунке 76.

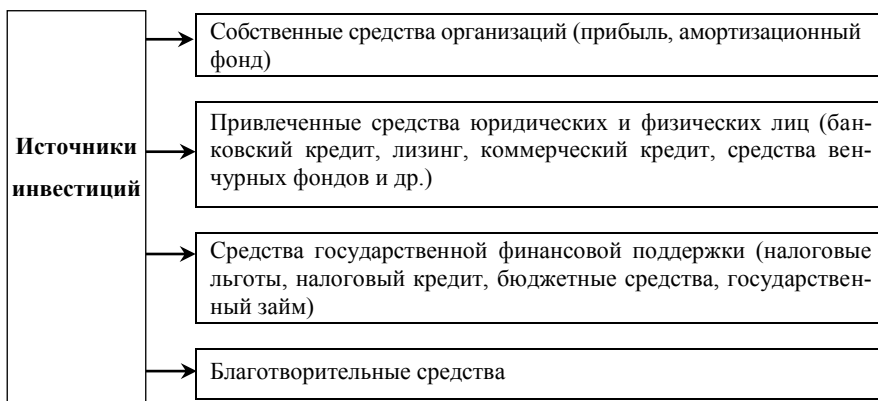


Рисунок 76 – Источники финансирования инвестиций

12.2. Понятие инноваций и инновационной деятельности.

Виды инноваций

Совершенствование торгово-технологических процессов, реструктуризация в организациях торговли, освоение новых видов бизнеса связаны с инновациями.

Инновация – это нововведение, новая или усовершенствованная продукция, технология, полученная в результате инновационного процесса.

Инновационный процесс – это научно-исследовательские, опытно-конструкторские, проектно-технологические и экспериментальные работы, а также работы по изготовлению и эксплуатации новой продукции, новых технологических процессов и способов организации работы, труда и управления.

Инновации классифицируются по ряду признаков (рисунок 77).

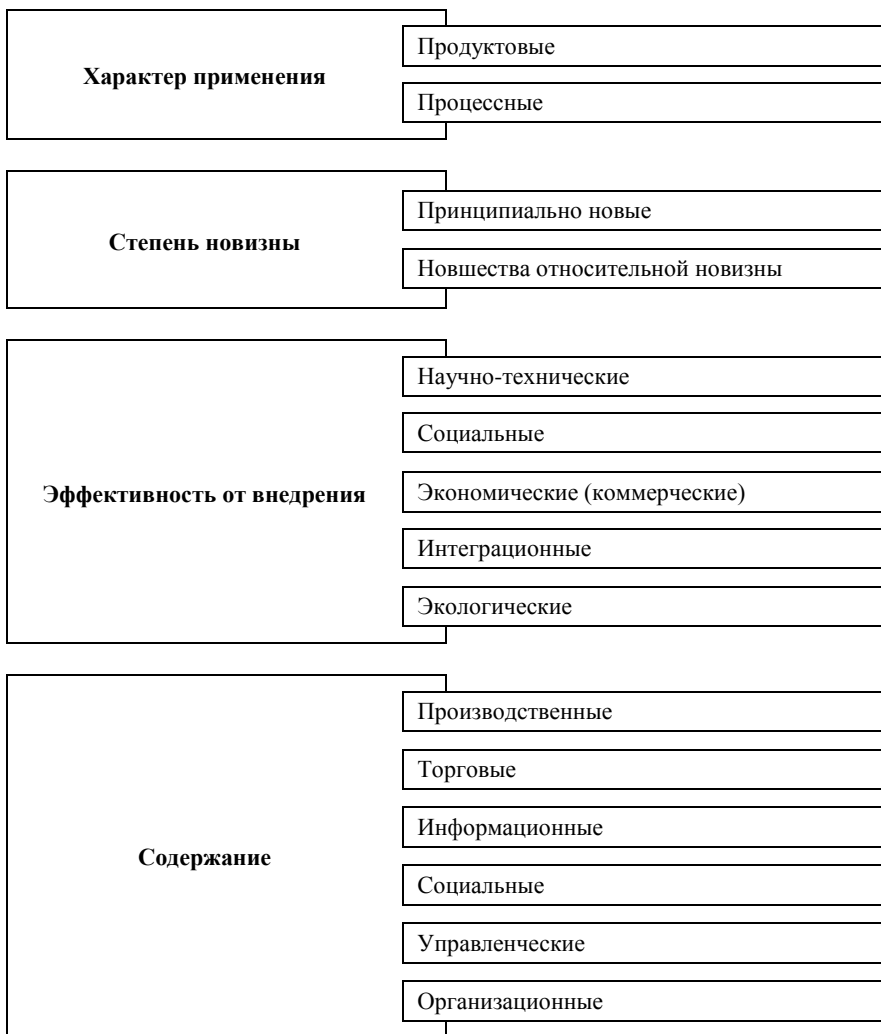


Рисунок 77 – Классификация инноваций

Продуктовые инновации – разработка и внедрение новой продукции, товаров и услуг. Эти новшества основаны на принципиально новых технологических или на сочетаниях существующих технологий в новом применении.

Процессная инновация – это усвоение новых и значительно усовершенствованных способов продаж, изменение в оборудовании или организации торговых процессов.

Принципиально новые виды продукции, технологии и услуги обладают приоритетностью, абсолютной новизной и являются оригинальными образами, на основании тиражирования которых получают новшества-имитации.

Среди новшеств-имитаций, или новшеств абсолютной новизны, отличают новшества рыночной новизны и новшества сравнительной новизны, которые являются аналогами на лучшие зарубежные и отечественные образцы (процессы).

Инновации, как и инвестиции, имеют свой жизненный цикл.

Жизненный цикл инноваций – это совокупность взаимосвязанных процессов, определяющих стадии создания новшеств. Он определяется как промежуток времени от зарождения идеи до внедрения в практику результата этой идеи (товары, технология и др.).

Важнейшая составляющая инноваций в организациях торговли – это совершенствование технологий по доведению товаров до потребителей. Она представляет собой совокупность работ, обеспечивающих выполнение торговых процессов наиболее рациональными способами в соответствии с конкретными условиями.

К основным задачам инновационной деятельности в организациях торговли можно отнести:

- Обеспечение высокого качества процессов товародвижения, купли-продажи и торгового обслуживания.
- Наиболее эффективное использование материально-технической базы.
- Замена морально устаревшего оборудования.
- Совершенствование организации торговых процессов и управления ими.
- Создание необходимых условий для роста производительности труда, снижения расходов и повышения эффективности работы организации в целом.

12.3. Оценка инвестиционной и инновационной деятельности организации

Целью оценки инвестиционной и инновационной деятельности торговых организаций является выявление эффективности от использования и внедрения инвестиций и инноваций за исследуемый период.

Источниками экономического анализа инвестиций и инноваций являются:

- бухгалтерская отчетность организации (формы с номерами 3, 4 и 5 баланса);
- форма статистической отчетности № 4-Ф (инвест) «Отчет об инвестициях в Республику Беларусь из-за рубежа и инвестициях из Республики Беларусь за рубеж»;
- форма статистической отчетности № 1-ИТ (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации»;
- форма статистической отчетности № 6-ИС (инвестиции) «Отчет о вводе в действие объектов, основных средств и использовании инвестиций в основной капитал»;
- форма статистической отчетности № 4-ИС (инвестиции) «Отчет о вводе в действие объектов, основных средств и использовании инвестиций в основной капитал».

При осуществлении проектного анализа инвестиций используют традиционные методы оценки и дисконтирование.

К традиционным методам относится *расчет простого и сложного процентов*. Если инвестиции ежегодно увеличивать на планируемую норму доходности, то инвестирование будет осуществляться на условиях простого процента. В этом случае сумма инвестиций через n -е количество лет будет равна:

$$\dot{E}i = \dot{E} \cdot (1 + i \cdot R),$$

где I_n – объем инвестиций через количество лет, равное n , млн р.;

I – первоначальный объем инвестиций, млн р.;

n – количество лет, в течение которых осуществляется инвестиция;

R – коэффициент нормы доходности (не ниже годовой ставки банка по депозитам), скорректированной на коэффициент инфляции).

Если очередной годовой доход исчисляется от суммы инвестиций с учетом предыдущих процентов, то данная инвестиция, произведена на условиях сложного процента.

Начисление по ставке сложного процента называется *компаунтингом*.

В этом случае размер инвестиционного капитала через n -е количество лет будет равен:

$$In = I \cdot (1 + R)^n,$$

т. е., если первоначальная сумма инвестиций равна 500 млн р., то на условиях простого процента данная сумма через 5 лет с коэффициентом доходности 0,15 будет равна 875 млн р. ($500 \cdot (1 + 5 \cdot 0,15)$), а на условиях сложного – 1 005,7 млн р. ($500 \cdot (1 + 0,15)^5$).

Таким образом, инвестирование в условиях сложного процента гораздо выгоднее, чем в условиях простого, что повышает заинтересованность инвестора в сохранении объекта инвестирования.

Обратный процесс инвестирования, т. е. наращивание процента, называется *процессом дисконтирования*, который осуществляется при помощи коэффициента дисконтирования, или дисконта:

$$K_d = \frac{1}{(1 + R)^n},$$

где K_d – коэффициент дисконтирования.

Таким образом, *метод дисконтирования* заключается в определении начальных сумм затрат или конечных результатов с использованием коэффициента дисконтирования, позволяющего приводить будущие финансовые потоки (доходы или расходы) в текущую стоимость. При оценке эффективности как инвестиций, так и инноваций, все затраты и результаты проводятся к расчетному году с помощью коэффициентов дисконтирования.

Оценка инвестиционной и инновационной деятельности организации производится в динамике с использованием показателей, представленных в таблице 19.

Для организаций торговли существуют оптимальные сроки окупаемости. Так, для объектов розничной торговли он равен пяти годам, а для оптовых складов – восьми.

Таблица 19 – Показатели инвестиционной и инновационной деятельности организации

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
1. Коэффициент эффективности инвестиций (новые торговые объекты)	$\hat{E}\acute{y}\grave{e}t = \frac{\ddot{I}t}{\hat{E}}$	<i>Kэин</i> – коэффициент эффективности инвестиций для торговых объектов; <i>Пп</i> – плановая прибыль (годовая), млн р.; <i>И</i> – объем инвестиций, млн р.
2. Коэффициент эффективности инвестиций (реконструкция, новые технологии продаж)	$\hat{E}\acute{y}\grave{e}\delta = \frac{\Delta\ddot{I}t}{\hat{E}}$	<i>Kэир</i> – коэффициент эффективности инвестиций для реконструируемых объектов; $\Delta\Pi n$ – прирост прибыли в результате инвестиций, млн р.
3. Срок окупаемости инвестиций (статический)	$\hat{I}\grave{e}t = \frac{\hat{E}}{\ddot{I}t};$ $\hat{I}\grave{e}\delta = \frac{\hat{E}}{\Delta\ddot{I}\grave{e}}$	<i>Oин</i> – срок окупаемости инвестиций в новые торговые объекты, лет; <i>Oир</i> – срок окупаемости инвестиций в реконструируемые торговые объекты, новые технологии, лет
4. Уровень инвестиций, %	$y_n = \frac{I}{T} \cdot 100$	<i>Ун</i> – уровень инвестиций, %; <i>Т</i> – товароборот организации, млн р.
5. Чистая текущая стоимость	$\text{ЧТС} = \text{ЧДД} - И$	<i>ЧТС</i> – чистая текущая стоимость, млн р.; <i>ЧДД</i> – чистый дисконтированный доход, млн р.
6. Чистый дисконтированный доход	$\times\ddot{A}\ddot{A} = \frac{\ddot{I}_1}{(\hat{E}\acute{a} \cdot \hat{E}\delta)^1} + \frac{\ddot{I}_2}{(\hat{E}\acute{a} \cdot \hat{E}\delta)^2} + \dots + \frac{\ddot{I}i}{(\hat{E}\acute{a} \cdot \hat{E}\delta)^i}$	<i>П₁, П₂, П_н</i> – плановая прибыль организации за годы проекта, млн р.; <i>Кб</i> – индекс банковской ставки по депозитам; <i>Кц</i> – прогнозируемый индекс цен; 1, 2, <i>n</i> – количество лет
7. Срок окупаемости с учетом дисконтирования (динамический)	$O\delta = \frac{И}{\overline{\text{ЧДД}}};$ $\overline{\text{ЧДД}} = \frac{\text{ЧДД}}{n}$	<i>Oδ</i> – срок окупаемости с учетом дисконтирования; $\overline{\text{ЧДД}}$ – среднегодовой чистый дисконтированный доход, млн р.
8. Рентабельность инвестиций	$P_u = \frac{\overline{\text{ЧДД}}}{И} \cdot 100$	<i>Ри</i> – рентабельность инвестиций, %
9. Индекс доходности инноваций	$И\delta = \frac{T_n}{И_u}$	<i>Иδ</i> – индекс доходности инноваций; <i>Тн</i> – плановый товароборот (выручка), млн р.; <i>Ии</i> – инвестиции в инновации, млн р.

Окончание таблицы 19

Показатели	Методика расчета	Условные обозначения
10. Экономический эффект инноваций	$Эи = \sum Дт - \sum Дп$	<p>$Эи$ – экономический эффект инноваций, млн р.;</p> <p>$\sum Дт$ – дисконтированный объем товарооборота (выручки) за инновационный период, млн р.;</p> <p>$\sum Дп$ – дисконтированные затраты за период инновационной деятельности, млн р.</p>

Эффективность инновационной деятельности характеризуется следующими тенденциями в деятельности организации:

- приростом товарооборота, который получен в результате нововведений;
- приростом производительности труда и фондоотдачи за счет инноваций;
- ускорением товарооборачиваемости в результате инноваций;
- приростом валового дохода от реализации в результате инноваций;
- сокращением расходов по реализации в результате инноваций;
- приростом прибыли и рентабельности в результате инноваций.

Примеры решения задач

Задача 1. Определите наилучший вариант инвестиционного проекта торговой организации, если ставка банковского процента по долгосрочным депозитам составляет 17%, а прогнозируемый рост цен – 12% в год. Предполагаемый срок окупаемости – 3 года (таблица 20).

Таблица 20 – Показатели инвестиционных проектов организации торговли, млн р.

Вариант	Объем инвестиций	Прогнозируемая прибыль
1-й	700	500
2-й	800	600
3-й	900	600

Решение

Наилучшим вариантом будет тот, где чистая текущая стоимость (ЧТС) будет выше:

$$ЧТС = ЧДД - Инвестиции,$$

где ЧДД – чистый дисконтируемый доход, который рассчитывается следующим образом:

$$\times \ddot{A} \ddot{A} = \frac{\ddot{I}_1}{(\hat{E} \hat{a} \cdot \hat{E} \ddot{o})^1} + \frac{\ddot{I}_2}{(\hat{E} \hat{a} \cdot \hat{E} \ddot{o})^2} + \dots + \frac{\ddot{I}_i}{(\hat{E} \hat{a} \cdot \hat{E} \ddot{o})^i},$$

где $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ – прибыль, получаемая в результате инвестиций;

$K\delta$ – индекс банковской ставки по депозитам;

$K\pi$ – индекс цен.

$$\begin{aligned} \times \ddot{A} \ddot{A} &= \frac{500}{(1,17 \cdot 1,12)^1} + \frac{500}{(1,17 \cdot 1,12)^2} + \frac{500}{(1,17 \cdot 1,12)^3} = 381,7 + 290,6 + \\ &+ 222,2 = 894,5. \end{aligned}$$

$$ЧТС_1 = 894,5 - 700 = 194,5 \text{ млн р.};$$

$$ЧДД_1 = 1073 \text{ млн р.};$$

$$ЧТС_1 = 1073 - 800 = 273 \text{ млн р.};$$

$$ЧДД_2 = 1073 \text{ млн р.};$$

$$ЧТС_2 = 1073 - 900 = 173 \text{ млн р.}$$

Таким образом, второй вариант проекта наиболее эффективен.

Задача 2. Организация рассматривает инвестиционный проект по строительству торгового объекта. Объем инвестиций составляет 40 млн р. Используя данные таблицы, рассчитайте чистую текущую стоимость, а также срок окупаемости объекта традиционным методом и методом дисконтирования, используя данные таблицы 21.

Таблица 21 – Прогнозные показатели работы торгового объекта организации торговли

Показатели	Годы		
	1-й	2-й	3-й
1. Розничный товарооборот, млн р.	1 200	1 500	1 650
2. Плановая рентабельность продаж, %	1,5	1,8	2,2
3. Годовая ставка по банковским депозитам, %	12	10	8
4. Прогнозируемый рост цен, %	14	12	9
5. Прибыль, млн р.	18	27	36,3

Решение

1. ЧТС = ЧДД – Инвестиции.

$$2. \quad \frac{\tilde{N}\delta\acute{\imath}\grave{e} \ \acute{\imath}\acute{e}\acute{o}\acute{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\tilde{n}\grave{o} \ \grave{e}}{\grave{\imath}\ \grave{o}\grave{\delta}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{o}\grave{\delta}\acute{\imath}\acute{\imath} \ \acute{\imath}\acute{e} \ \grave{\imath}\grave{\imath}\grave{o}\acute{\imath}\grave{\imath}\grave{e}\grave{a}} = \frac{\acute{E}\acute{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\tilde{n}\grave{o}\grave{e}\grave{o}\grave{e}\grave{e}}{\tilde{A}\acute{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath} \ \grave{\imath}\grave{e}\grave{\imath}\tilde{n}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath} \ \grave{\imath}\grave{\delta}\acute{e}\acute{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}} \cdot (\tilde{n}\grave{\delta}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath})}.$$

$$3. \quad \frac{\tilde{N}\delta\acute{\imath}\grave{e} \ \acute{\imath}\acute{e}\acute{o}\acute{\imath}\grave{\imath}\tilde{n}\grave{o} \ \grave{e}}{\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{o}\acute{\imath}\tilde{n} \ \grave{\imath}\grave{e}\tilde{n}\acute{e}\tilde{n}\grave{\imath}\grave{o}\grave{\delta}\grave{\imath} \ \acute{a}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{e}\grave{y}} = \frac{\acute{E}\acute{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\tilde{n}\grave{o}\grave{e}\grave{o}\grave{e}\grave{e}}{\times\grave{A}\grave{A} \ (\tilde{n}\grave{\delta}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{e})}.$$

$$\times\grave{A}\grave{A} = \frac{1200 \cdot 0,015}{(1,12 \cdot 1,14)^1} + \frac{1500 \cdot 0,018}{(1,1 \cdot 1,12)^2} + \frac{1650 \cdot 0,022}{(1,08 \cdot 1,09)^3} = 53,8.$$

$$\text{ЧТС} = 53,8 - 40 = 13,8$$

$$\tilde{N}\grave{\delta}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath} \ \tilde{a}\acute{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath} \ \grave{\imath}\grave{e}\grave{\imath}\tilde{n}\grave{\imath}\grave{\imath} \ \grave{\imath}\grave{\delta}\acute{e}\acute{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath} = \frac{18 + 27 + 36,3}{3} = 27,1 \ \grave{\imath}\acute{e}\acute{\imath} \ \grave{\delta}.$$

$$\tilde{N}\grave{\delta}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{\imath}\grave{e} \ \times\grave{A}\grave{A} = 53,8 : 3 = 17,9 \ \grave{\imath}\acute{e}\acute{\imath} \ \grave{\delta}.$$

Срок окупаемости по традиционной методике (статический метод) составляет $40 : 27,1 = 1,5$ года.

Срок окупаемости методом дисконтирования (динамический метод) равен $40 : 17,9 = 2,2$ года.

Задача 3. Инновационно активная организация считает целесообразным максимальный период окупаемости инвестиций в инновацию, равный трем годам и минимальный уровень рентабельности продаж – 7,5%. Инновации требуют 1 200 млн р. оборотных средств и 14 000 млн р. вложений в основные средства. Прогнозный объем товарооборота в результате инноваций составит 95 000 млн р.

Определите величину расходов на инновационную деятельность.

Решение

1. Определяем плановую прибыль от реализации, которая составит:

$$\frac{95\,000 \cdot 7,5}{100} = 7\,125 \text{ млн р.}$$

2. Сумма расходов на инновационную деятельность равна:

$$7\,125 \cdot 3 - 14\,000 - 1\,200 = 6\,175 \text{ млн р.}$$

Тема 13. ЭФФЕКТИВНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

13.1. Сущность, виды и критерии эффективности торговли

Термин «эффективный» (от лат. *effectivus*) – действенный, дающий нужные либо наилучшие результаты. Следовательно, эффективность – это понятие, обозначающее результативность функционирования системы какого-либо рода. Оно может быть применено к общественному производству в целом, отдельным составляющим его сферам (производство, обращение, обмен и потребление), отдельным отраслями экономики и, наконец, отдельным организациям. В связи с этим можно говорить не только об эффективности общественного производства в целом, но и об эффективности отдельных его сфер, в том числе эффективности сферы обмена, а внутри последней – отраслей, составляющих эту сферу, а также торговли вообще и, наконец, эффективности отдельных организаций торговли и в частности потребительской кооперации.

Эффективность организации торговли проявляется в единстве и уровне решения экономических и социальных задач. А это значит, что, во-первых, категория эффективности торговли относится к эффективности воспроизводства, как частное к общему и единичное к целому. Данная категория охватывает более узкую группу отношений эффективности – отношения по повышению результативности торговли. Во-вторых, критерии и показатели эффективности торговли должны составлять взаимосвязанную единую систему в процессе воспроизводства.

Однако прежде чем раскрыть экономическую сущность понятия «эффективность торговли», следует определиться в отношении понятия «эффект торговой деятельности». Под этим термином понимается результат, который в той или иной мере отвечает целям, поставленным в процессе осуществления торговой деятельности. Остановимся на краткой классификации эффектов. Основной, итоговый эффект экономической деятельности – обеспечение массы прибыли на ис-

пользуемые собственные или заемные средства (капитал). Но для достижения этой (конечной) цели необходимо реализовать ряд взаимосвязанных промежуточных целей и получить частные эффекты. Среди них решающими являются, на наш взгляд, создание материально-технической и кадровой базы экономической деятельности, организация и осуществление самого процесса производства и продажи товаров и услуг. Каждый из этих этапов движения капитала в соответствии с классической схемой «Д – Т... П ... Т' – Д'» имеет свои цели и эффекты, которые требуют самостоятельной оценки и вносят определенный вклад в конечный эффект торговой деятельности.

В качестве экономического эффекта торговой деятельности в отечественной и зарубежной экономической литературе предлагается использовать ряд показателей, основными из которых являются товарооборот, валовой доход от реализации, чистая продукция и прибыль.

Эффективность хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности организаций, основным видом деятельности которых является торговля, необходимо рассматривать и оценивать как в экономическом, так в социальном и социально-экономическом аспектах в силу функционального назначения торговли. Поэтому по характеру проявления эффективность торговли бывает экономической, социальной и социально-экономической.

Экономическая эффективность функционирования организации торговли – это экономическая категория, отражающая уровень достижения определенного экономического эффекта торговой деятельности (объема продаж, доходов, прибыли и др.) от использования собственных и привлеченных ресурсов.

С учетом особенностей организаций кооперативной торговли ее социальный эффект может быть как внешним, так и внутренним. Внешний социальный эффект – это эффект, получаемый населением от торговли (эффект обслуживания). Эффект, связанный с улучшением условий и характера труда, жизни и быта самих работников торговли, представляет ее внутренний социальный эффект.

Первый вид социальной эффективности является результатом работы организаций торговли с населением.

Социальный эффект покупателей и работников торговли взаимосвязаны и взаимообусловлены. Социальная эффективность персонала организаций торговли выступает в качестве фактора социального эффекта населения, т. е. улучшения условий работы и жизни работников влияют на качество торгового обслуживания, что, как указыва-

лось выше, в свою очередь является фактором повышения социальной эффективности.

Социальная эффективность функционирования организаций торговли определяется степенью соответствия целям и задачам развития самого хозяйствующего субъекта в целом, что выражается в прогрессивных изменениях в социальной структуре покупателей и работников – улучшении условий труда, оптимальном использовании человеческого потенциала, активизации предприимчивости, инициативы, повышении квалификации кадров и как результат – повышении культуры труда, обслуживания, повышении степени удовлетворения спроса, реализации социальных интересов работников и покупателей.

Есть еще один аспект социальной эффективности торговли, который характеризуется ее участием в формировании бюджета государства, – участие потребительской кооперации в формировании государственного бюджета и внебюджетных фондов, являющееся фактом проявления социальной эффективности на общественном уровне, так как эти отчисления перераспределяются на решение социальных задач общества – пенсионное обслуживание, финансирование объектов социально-культурной сферы, ликвидацию последствий аварии на Чернобыльской АЭС и т. д. Следовательно, это также социальный эффект кооперативной торговли в социально-экономических процессах общественного обмена веществ.

Итак, социальная эффективность представляет собой сложную категорию, составные части которой взаимосвязаны и находятся, с одной стороны, в самой организации, а с другой – вне ее. Внешний социальный эффект организации кооперативной торговли представляет собой качественную совокупность уровня удовлетворения спроса и уровня технологий и организации торгового обслуживания. Все эти составные элементы социального эффекта могут быть количественно оценены.

Социальная эффективность функционирования торговой организации – это экономическая категория, отражающая уровень достижения организацией определенного социального эффекта (удовлетворенного спроса, экономии затрат потребителей, повышения уровня жизни персонала и др.) от использования собственных и привлеченных ресурсов.

Таким образом, *социально-экономическая эффективность* функционирования торговой организации – это экономическая категория,

которая характеризует уровень и качество удовлетворения спроса населения, жизни и быта работников, решения социальных задач общества, а также уровень прибыльности и доходности от оптимального использования экономических ресурсов.

Критерий эффективности – это главный признак, мерило ее оценки.

Критерии эффективности организаций торговли выражаются коэффициентом, отражающим соотношение результатов деятельности к ресурсам или затратам, идущим на их достижение.

Критерий экономической эффективности организации торговли вообще – максимальное получение выручки, доходов и прибыли при оптимальном использовании ресурсов, тогда как для организации кооперативной торговли таким критерием может стать оптимальное соотношение между полученной прибылью и использованными ресурсами.

Критерий социальной эффективности функционирования торговой организации – достижение максимального результата по удовлетворению спроса потребителей при качественном их обслуживании и минимальных затратах, по улучшению уровня жизни и условий труда персонала, решению социальных задач общества при оптимальном использовании ресурсов.

Критерий социально-экономической эффективности организации торговли – наиболее полное удовлетворение спроса потребителей по объему и структуре с учетом надлежащего качества их обслуживания и минимальных затратах при максимально выгодном (прибыльном, доходном) и оптимальном использовании ресурсов.

13.2. Система показателей эффективности функционирования организаций торговли

Показатели эффективности классифицируются по ряду признаков: назначению, измерителям, роли в управлении, факторам эффективности, способу исчисления, аспектам оценки, широте охвата, совокупности явлений, использованию на различных иерархических уровнях, охватываемому периоду, отношению к стимулированию, месту возникновения, отношению к деятельности звена, получаемым характеристикам и т. д. (рисунок 78).

Признаки классификации	Группы показателей
По назначению	Плановые, аналитические, оценочные
По измерителям	Натуральные, условно-натуральные, стоимостные
По роли в управлении	Директивные, расчетные
По способу исчисления	Прямые и обратные, абсолютные и относительные, уровневые и приростные
По широте охвата	Макроэкономические, региональные, отраслевые, микроэкономические
По степени обобщения оценки	Обобщающие, частные
По использованию на различных иерархических уровнях	Сквозные, специфические
По периоду охвата	Перспективные, годовые, квартальные и др.
По получаемым характеристикам	Количественные, качественные
По виду эффективности	Экономические и социальной эффективности
По функциональному назначению	Результатов работы, ресурсов и затрат, качества обслуживания и др.

Рисунок 78 – Классификация показателей, характеризующих эффективность организаций торговли

Система показателей эффективности функционирования торговой организации является подсистемой более высокого порядка, но, в свою очередь, и в себе содержит ряд подсистем.

Система показателей эффективности функционирования организаций торговли должна отвечать ряду требований:

- с максимально возможной степенью отражать уровень использования всех экономических ресурсов;
- содержать несколько показателей, которые выражали бы главное качество этой системы и характеризовали эффективность торговли наиболее обобщенно (обобщающие показатели);
- иметь сквозные показатели для сравнительного анализа с системами более высокого порядка;

- представлять собой комплекс показателей, находящихся во взаимосвязи и взаимозависимости.

Система показателей социально-экономической эффективности (рисунок 79) наиболее полно отражает как экономическую, так и социальную сторону деятельности организации торговли.



Рисунок 79 – Система показателей социально-экономической эффективности функционирования организаций торговли

Многие показатели эффективности, например, частные и вспомогательные, не всегда отражают в себе критериальное соотношение эффективности (результата с ресурсами или затратами), но зато они помогают более объективно оценить эффективность в целом.

Система показателей экономической эффективности является, в свою очередь, составляющей системы показателей социально-экономической эффективности организаций торговли (рисунок 80).



Рисунок 80 – Система показателей экономической эффективности

Система показателей экономической эффективности торговой организации в современных условиях претерпевает некоторые изменения в силу того, что в условиях рыночной экономики при оценке организаций торговли, в первую очередь, рассматриваются показатели прибыли, и того, что рыночная экономика предполагает наличие не только прибыльных, но и убыточных организаций.

13.3. Обобщающие показатели экономической эффективности

Один из признаков классификации показателей эффективности – степень обобщения оценки. Согласно этому признаку они подразделяются на обобщающие и частные.

Обобщающие показатели экономической эффективности (коэффициенты эффективности) отражают критериальное соотношение показателей экономических результатов деятельности организации к экономическим ресурсам или затратам, идущим на их достижение.

К обобщающим показателям экономической эффективности организации относятся ресурсоотдача, ресурсоемкость, расходоотдача, расходоемкость, рентабельность.

Для точности экономической обоснованности оценки эффективности организаций потребительской кооперации с многоотраслевым характером деятельности обобщающие показатели эффективности предлагается рассчитывать в целом по организации (итоговый показатель), торговой

деятельности и другим отраслям деятельности. Для расчета итоговых обобщающих показателей используются не совсем традиционные в настоящее время категории – валовая выручка, совокупные расходы.

В стоимостном выражении валовая выручка представляет собой сумму выручки от реализации продукции всех отраслей деятельности с прочими доходами по текущей деятельности, а также доходами по инвестиционной и финансовой деятельности.

Совокупные текущие расходы представляют собой сумму расходов организации на производство и реализацию продукции с прочими расходами по текущей деятельности, а также расходами по инвестиционной и финансовой деятельности.

В таблицах 22 и 23 представлены обобщающие показатели эффективности деятельности организаций потребительской кооперации, основным видом деятельности которых является торговля, методика их расчета и источники информации.

Таблица 22 – **Обобщающие показатели оценки экономической эффективности функционирования организации**

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 23)
1. Ресурсоотдача: итоговая	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}}$	$\frac{\text{Стр. 4}}{\text{Стр. 7}}$
торговли	$\frac{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}}{\text{Стоимость экономических ресурсов торговли}}$	$\frac{\text{Стр. 5}}{\text{Стр. 11}}$
других отраслей	$\frac{\text{Товарооборот (выручка) другой отрасли}}{\text{Стоимость экономических ресурсов отрасли деятельности (общественное питание, заготовительная отрасль, промышленности др.)}}$	$\frac{\text{Стр. 6}}{\text{Стр. 15}}$
2. Ресурсоемкость: итоговая	$\frac{\text{Стоимость экономических ресурсов}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}$	$\frac{\text{Стр. 7}}{\text{Стр. 4}}$
торговли	$\frac{\text{Стоимость экономических ресурсов торговли}}{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}}$	$\frac{\text{Стр. 11}}{\text{Стр. 5}}$

Продолжение таблицы 22

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 23)
других отраслей	$\frac{\text{Стоимость экономических ресурсов отрасли деятельности}}{\text{Товарооборот (выручка) другой отрасли (общественное питание, заготовительная отрасль, промышленность др.)}}$	$\frac{\text{Стр. 15}}{\text{Стр. 6}}$
3. Расходоотдача: итоговая	$\frac{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}{\text{Совокупные расходы}}$	$\frac{\text{Стр. 4}}{\text{Стр. 16}}$
торговли	$\frac{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}}{\text{Расходы на реализацию торговли (издержки обращения)}}$	$\frac{\text{Стр. 5}}{\text{Стр. 17}}$
других отраслей	$\frac{\text{Οἰαὰδῖιὰἰδῖδ ἰδ (ἀῦδὀ-ἐὰ) ἀδὀαῖέῖδδὰñḗḗ}}{\text{Οἀέδῖῖḗδ δὰñδῖῖῖῖ ἀδὀαῖέῖδδὰñḗḗ}} \\ (\text{ἰὰῖῖῖῖῖῖῖ ἰὰ ἰδδὰῖḗδ , ζὰῖῖῖῖῖḗδδὰ εῖῖῖῖῖ, ἰδδὰñḗḗ, ἰδῖῖῖῖῖḗῖ ἰñδῖ ἔ ἀδ.})$	$\frac{\text{Ñδδ. 6}}{\text{Ñδδ. 18}}$
4. Расходоём- кость: итоговая	$\frac{\text{Совокупные расходы}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}}$	$\frac{\text{Ñδδ. 16}}{\text{Ñδδ. 4}}$
торговли	$\frac{\text{Расходы на реализацию торговли (издержки обращения)}}{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}}$	$\frac{\text{Ñδδ. 17}}{\text{Ñδδ. 5}}$
других отраслей	$\frac{\text{Οἀέδῖῖḗδ δὰñδῖῖῖῖ ἀδὀαῖέῖδδὰñḗḗ}}{(\text{ἰὰῖῖῖῖῖῖῖ ἰὰ ἰδδὰῖḗδ , ζὰῖῖῖῖῖḗδδὰ εῖῖῖῖῖ, ἰδδὰñḗḗ, ἰδῖῖῖῖῖḗῖ ἰñδῖ ἔ ἀδ.})} \\ \frac{\text{Οἰαὰδῖιὰἰδῖδ ἰδ (ἀῦδὀ-ἐὰ) ἀδὀαῖέῖδδὰñḗḗ}}{(\text{ἰὰῖῖῖῖῖῖῖ ἰὰ ἰδδὰῖḗδ , ζὰῖῖῖῖῖḗδδὰ εῖῖῖῖῖ, ἰδδὰñḗḗ, ἰδῖῖῖῖῖḗῖ ἰñδῖ ἔ ἀδ.})}$	$\frac{\text{Ñδδ. 18}}{\text{Ñδδ. 6}}$
5. Рентабельность: итоговая	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Совокупные доходы (валовая выручка)}} \cdot 100$	$\frac{\text{Ñδδ. 1}}{\text{Ñδδ. 4}} \cdot 100$
экономических ресурсов	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}} \cdot 100$	$\frac{\text{Ñδδ. 1}}{\text{Ñδδ. 7}} \cdot 100$
совокупных расходов	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Совокупные расходы}} \cdot 100$	$\frac{\text{Ñδδ. 1}}{\text{Ñδδ. 16}} \cdot 100$

Окончание таблицы 22

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 23)
торговли	$\frac{\text{Прибыль от реализации в торговле}}{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 2}{\tilde{N}\delta\delta. 5} \cdot 100$
других отраслей	$\frac{\text{Итого в отрасли (сумма прибыли от реализации в торговле и в других отраслях)}}{\text{Товарооборот (выручка) других отраслей}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 3}{\tilde{N}\delta\delta. 6} \cdot 100$

Таблица 23 – Источники информации для расчета обобщающих показателей эффективности организации

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Прибыль до налогообложения	Отчет о прибылях и убытках (стр. 160, колонка 3)
2. Прибыль от реализации в торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров* (стр. 37 000, колонка 1). Отчет о прибылях и убытках (стр. 060) минус стр. 2 данной таблицы
3. Прибыль от реализации в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 220, колонка 1 + стр. 410, колонка 4 + Отчет о расходах на реализацию (прибыль общественного питания, заготовительной отрасли))
4. Совокупные доходы (валовая выручка)	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 + стр. 070 + стр. 100 + стр. 120)
5. Розничный товарооборот розничной торговли (оборот по реализации)	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 42 000 (розничный товарооборот), стр. 30 000 (оборот по реализации))
6. Товарооборот (выручка) других отраслей	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (валовой товарооборот общественного питания, оптовый товарооборот, оборот по реализации в заготовительной отрасли). Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (выручка от реализации в промышленности (стр. 310), в других отраслях (стр. 410))
7. Стоимость экономических ресурсов	Сумма строк 8, 9 и 10 данной таблицы
8. Фонд заработной платы	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (стр. 02, колонка 2)
9. Средняя стоимость основных средств	Бухгалтерский баланс (стр. 110, среднее арифметическое колонок 3 и 4)

Окончание таблицы 23

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
10. Средняя стоимость оборотных средств	Бухгалтерский баланс (стр. 290, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
11. Стоимость экономических ресурсов торговли	Сумма строк 12, 13, 14 данной таблицы
12. Фонд заработной платы работников торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)
13. Средняя стоимость основных средств торговли	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (стр. 160, среднее арифметическое колонок 1 и 7)
14. Средняя стоимость оборотных средств торговли	Стр. 290 – стр. 210 баланса · доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100 + форма № 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» за отчетный и предшествующий годы (по покупной стоимости) (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
15. Стоимость экономических ресурсов других отраслей	Рассчитывается по соответствующим строкам баланса, формы № 12-Т «Отчет по труду», формы № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» + стр. 10 данной таблицы × × доля соответствующего оборота (общественного питания, заготовительной отрасли, промышленности) в валовой выручке : 100
16. Совокупные расходы	Отчет о прибылях и убытках (сумма строк 020, 040, 050, 080, 110, 130, колонка 3)
17. Расходы на реализацию в торговле (издержки обращения)	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 1)
18. Текущие расходы других отраслей	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (расходы общественного питания, оптовой торговли, заготовительной отрасли). Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (расходы производства и других отраслей)
Примечание – Знаком «*» отмечена форма, которая до 2011 г. носила название «Отчет о расходах на реализацию товаров».	

Показатель *ресурсоотдача* – один из обобщающих показателей эффективности торговли. Чем выше его значение, тем лучше осуществляется торговая деятельность и эффективнее используются экономические ресурсы.

Показатель *затратоотдача* также является обобщающим и показывает, сколько товарооборота дает каждый рубль затрат. Обратный ему показатель – *затратоемкость* отражает издержкоемкость продаж. Важными показателями при оценке розничных продаж являются розничный товарооборот, приходящийся на одного работника и одного жителя.

Категория «рентабельность» отражает уровень прибыльности того или иного направления деятельности организации. Так, один из критериальных показателей экономической эффективности – *ресурсорентабельность* – показывает, ценой каких ресурсов организация достигла прибыли и в то же время, насколько эффективно используются экономические ресурсы.

Расчет итоговой рентабельности должен производиться по валовой выручке и прибыли от всех отраслей и видов деятельности, так как именно эти показатели отражают совокупный хозяйственный результат (валовая выручка) и совокупный конечный финансовый результат (прибыль).

Анализируя обобщающие показатели эффективности в динамике, необходимо основываться на соотношениях темпов роста, достижение которых ведет к росту эффективности функционирования организации в целом и торговой деятельности в частности:

$$T_n > T_{вв} > T_{эр} > T_{ср};$$

$$T_{n_m} > T_{pmo(p)} > T_{эр_m} > T_{pp_m},$$

где T_n – темп роста прибыли, %;

$T_{вв}$ – темп роста валовой выручки, %;

$T_{эр}$ – темп роста стоимости экономических ресурсов, %;

$T_{ср}$ – темп роста совокупных расходов, %;

T_{n_m} – темп роста прибыли от реализации в торговле, %;

$T_{pmo(p)}$ – темп роста розничного товарооборота (оборота по реализации), %;

$T_{эр_m}$ – темп роста экономических ресурсов торговли, %;

T_{pp_m} – темп роста расходов на реализацию в торговле, %.

Для полной и объективной оценки эффективности необходимо проводить ее анализ в динамике за ряд лет.

13.4. Показатели оценки результатов торговой деятельности

Первым блоком при оценке экономической эффективности организации торговли представлены показатели результатов хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности.

Система показателей результатов организаций торговли состоит из нескольких подсистем показателей, к которым относятся показатели

оценки эффективности розничной продажи, доходности и прибыльности. Показатели оценки эффективности розничной продажи и алгоритм их расчета представлены в таблице 24. Розничный товарооборот (розничная продажа) одновременно характеризует как экономический, так и социальный эффект организаций торговли, так как он, с одной стороны, является результатом хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности, а с другой, отражает объем удовлетворения спроса населения (реализованного спроса).

Таблица 24 – Показатели оценки эффективности розничной торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Розничный товарооборот:	
1.1. В действующих ценах, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
1.2. В ценах базисного года, млн р.	Стр. 1.1 : совокупный индекс цен*
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 36 000, колонка 1)
3. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 1)
4. Стоимость экономических ресурсов торговли, всего, млн р.	Стр. 4.1 + стр. 4.2 + стр. 4.3 данной таблицы
В том числе:	
4.1. Среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.	Формы № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (стр. 160, среднее арифметическое колонок 1 и 7)
4.2. Среднегодовая стоимость оборотных средств торговли, млн р.	Стр. 210 – стр. 290 бухгалтерского баланса × × доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100 + форма № 1-торг (розница) «Отчет по розничной торговле» за отчетный и предшествующий годы (по покупной стоимости) (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
4.3. Фонд заработной платы работников торговли, млн р.	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)
5. Среднесписочная численность работников торговли, чел.	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)
6. Численность обслуживаемого населения, тыс. чел.	Материалы управления (отдела) статистики
7. Товарооборот зоны деятельности организации (через все каналы реализации), млн р.	Материалы управления (отдела) статистики

Окончание таблицы 24

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
8. Ресурсоотдача, р.	Стр. 1.1 : стр. 4 данной таблицы
9. Расходоотдача, р.	Стр. 1.1 : стр. 3 данной таблицы
10. Уровень расходов на реализацию (издержек обращения), %	Стр. 3 : стр. 1.1 данной таблицы · 100
11. Рентабельность продажи, %	Стр. 2 : стр. 1.1 данной таблицы · 100
12. Производительность труда:	
12.1. По товарообороту в действующих ценах, млн р.	Стр. 1.1 : стр. 5 данной таблицы
12.2. По товарообороту в сопоставимых ценах, млн р.	Стр. 1.2 : стр. 5 данной таблицы
13. Товарооборот на 1 жителя:	
13.1. В действующих ценах, млн р.	Стр. 1.1 : стр. 6 данной таблицы
13.2. В ценах базисного года, млн р.	Стр. 1.2 : стр. 6 данной таблицы
14. Доля рынка, %	Стр. 1.1 : стр. 7 данной таблицы · 100
Примечание – Знаком «*» отмечен совокупный индекс цен, который рассчитывается как произведение индексов цен за базисный и предшествующие годы: 2009 г. – 1,128 раза; 2010 г. – 1,085 раза; 2011 г. – 1,595, 2012 – 1,606 раза.	

Показатель ресурсоотдачи является одним из обобщающих показателей эффективности торговли. Чем выше его значение, тем лучше осуществляется торговая деятельность и эффективнее используются хозяйственные ресурсы. Показатель расходоотдачи также является обобщающим и показывает, сколько товарооборота приходится на каждый рубль затрат. Обратный ему показатель – уровень расходов на реализацию (издержек обращения) – отражает издержкостоемость розничной продажи. Важным показателем при оценке розничной продажи является розничный товарооборот, приходящийся на одного работника и одного жителя.

Особо актуален в условиях рыночной экономики показатель удельного веса товарооборота организации в товарообороте зоны обслуживания (доля рынка), который во многом определяет не только эффективность, но и конкурентоспособность организации.

При оценке эффективности розничной продажи необходимо основываться на соотношениях, выполнение которых ведет к росту эффективности:

$$T_T > T_{\varepsilon p_m};$$

$$T_T > T_{pp_m},$$

где T_T – темп роста розничного товарооборота, %;

$T_{\text{Эр}т}$ – темп роста экономических ресурсов торговли, %;

$T_{\text{рр}т}$ – темп роста расходов на реализацию в торговле (издержек обращения), %.

Оценивая эффективность розничной продажи, также необходимо оценить в динамике ее место в соотношении эффективности, соблюдение которого позволит обеспечить и интенсивность развития:

$$T_{\Pi} > T_{\text{чп}} > T_{\text{т}},$$

где T_{Π} – темп роста прибыли от реализации в торговле, %;

$T_{\text{чп}}$ – темп роста чистой продукции, %;

В таблице 25 представлены показатели оценки доходности торговой организации и механизм их расчета.

Таблица 25 – Показатели оценки доходности торговой деятельности

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
2. Чистая продукция, млн р.	Стр. 5 + стр. 7 данной таблицы
3. Расходы на реализацию без расходов на оплату труда, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 11 500, колонка 1 – стр. 22 000, колонка 1)
4. Стоимость экономических ресурсов торговли, млн р.	Алгоритм расчета приведен в таблице 36 (стр. 4)
5. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 1)
6. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 1)
7. Расходы на оплату труда работников торговли, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 22 000, колонка 1)
8. Розничный товарооборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
9. Уровень валового дохода, %	Стр. 1 : стр. 8 данной таблицы · 100
10. Уровень чистой продукции, %	Стр. 2 : стр. 8 данной таблицы · 100

Окончание таблицы 25

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
11. Доходность экономических ресурсов, р.	Стр. 1 : стр. 4 данной таблицы
12. Доходность затрат, р.	Стр. 1 : стр. 6 данной таблицы
13. Доходность чистой продукции, р.	Стр. 2 : стр. 4 данной таблицы
14. Доходность затрат по чистой продукции, р.	Стр. 2 : стр. 6 данной таблицы
15. Доля прибыли от реализации в валовом доходе от реализации, %	Стр. 5 : стр. 1 данной таблицы · 100

В торговле различается несколько видов доходов: валовой доход, от реализации, чистая продукция и хозрасчетный доход.

Показатель чистой продукции имеет также определенный социально-экономический смысл, так как от его объема и пропорций распределения зависит благосостояние организации в целом и ее работников в частности.

Чистая продукция распределяется на средства на оплату труда и прибыль. От оптимальности распределения чистой продукции зависит будущее организации на рынке, ее финансовая устойчивость.

Опережающий рост прибыли по сравнению со средствами на оплату труда ведет к снижению доли расходов на оплату труда в составе чистой продукции и росту доли прибыли. Но соотношение этих пропорций с точки зрения влияния на эффективность можно оценить только в увязке с другими показателями (рентабельность, соотношение производительности труда и заработной платы).

Также актуально оценить в динамике и соотношение издержек обращения и прибыли в валовом доходе, так как рост валового дохода не всегда ведет к образованию прибыли.

В соотношении эффективного развития показатели доходов торговли должны удовлетворить следующему неравенству:

$$T_{\Pi} > T_{чп} > T_{ВД} > T_T > T_{ррт},$$

где $T_{ВД}$ – темп роста валового дохода от реализации в торговле, %.

В систему показателей прибыльности организаций торговли наряду с традиционными включены показатели, не получившие еще широкого распространения в практической деятельности организаций (таблица 26).

Таблица 26 – Показатели оценки прибыльности торговой деятельности

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Прибыль до налогообложения, млн р.	Отчет о прибылях и убытках (стр. 160, колонка 3)
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 1)
3. Чистая прибыль, млн р.	Отчет о прибылях и убытках (стр. 210, колонка 3)
4. Розничный товарооборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
5. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
6. Чистая продукция, млн р.	Алгоритм расчета приведен в таблице 25 (стр. 2)
7. Стоимость экономических ресурсов торговли, всего, млн р.	Стр. 7.1 + стр. 7.2 + стр. 7.3 данной таблицы
В том числе:	
7.1. Среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.	Форма № 1-Ф(ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (стр. 160, среднее арифметическое колонок 1 и 7)
7.2. Среднегодовая стоимость оборотных средств торговли, млн р.	Стр. 290 – стр. 210 бухгалтерского баланса · доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100 + форма №1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле за отчетный и предшествующий годы» (по покупной стоимости) (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
7.3. Фонд заработной платы работников торговли, млн р.	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)
8. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения)	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 1)
9. Среднегодовая стоимость капитала торговли	Стр. 7.1 + стр. 7.2 данной таблицы
10. Рентабельность экономических ресурсов торговли, %	Стр. 2 : стр. 7 данной таблицы · 100
11. Рентабельность расходов на реализацию товаров, %	Стр. 2 : стр. 8 данной таблицы · 100
12. Рентабельность продаж, %	Стр. 2 : стр. 4 данной таблицы · 100
13. Рентабельность валового дохода, %	Стр. 2 : стр. 5 данной таблицы · 100
14. Рентабельность чистой продукции, %	Стр. 2 : стр. 6 данной таблицы · 100
15. Рентабельность фонда заработной платы работников торговли, %	Стр. 2 : стр. 7.3 данной таблицы · 100

Окончание таблицы 26

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
16. Рентабельность основных средств торговли, %	Стр. 2 : стр. 7.1 данной таблицы · 100
17. Рентабельность оборотных средств торговли, %	Стр. 2 : стр. 7.2 данной таблицы · 100
18. Рентабельность капитала торговли, %	Стр. 2 : стр. 9 данной таблицы · 100
19. Доля прибыли от реализации в торговле в прибыли отчетного периода, %	Стр. 2 : стр. 1 данной таблицы · 100
20. Итоговая рентабельность торговли, %	Стр. 1 : стр. 4 данной таблицы · 100

Категория «рентабельность» отражает уровень прибыльности развития того или иного направления деятельности организации. Так, один из критериальных показателей экономической эффективности – ресурсорентабельность – показывает, ценой каких ресурсов организация достигла прибыли и в то же время насколько эффективно используются экономические ресурсы.

Рост прибыльности и рентабельность необходимо оценивать по опережающим темпам роста прибыли в следующем соотношении:

$$T_{\Pi} \geq T_{\Pi P} > T_{\text{чП}} > T_{\text{ВД}} > T_{\text{ФЗПм}} > T_K > T_{\text{РРм}} > T_{\text{чРм}},$$

где $T_{\Pi P}$ – темп роста прибыли от реализации в торговле, %;

$T_{\text{ФЗПм}}$ – темп роста фонда заработной платы работников торговли, %;

T_K – темп роста среднесписочной численности работников торговли, %;

$T_{\text{чРм}}$ – темп роста капитала торговли, %.

В силу того, что прибыль торговой организации является конечным финансовым результатом всех ее видов деятельности, а розничный товарооборот отражает социально-экономический эффект, то рентабельность следует рассчитывать и как соотношение прибыли от всех видов деятельности к товарообороту (итоговая рентабельность).

В рамках оценки эффективности результатов деятельности торговой организации целесообразно сравнить фактические показатели результатов деятельности с показателями экономических границ торговой деятельности за этот период. Экономические границы торговой деятельности отражают следующие показатели:

- точку безубыточности;

- критический объем продаж;
- минимальную прибыль;
- точку минимальной рентабельности;
- критическую величину доходов.

Эти показатели отражают минимально допустимые объемы товарооборота, доходов и прибыли для целесообразности функционирования торговой деятельности. Алгоритм расчета данных показателей предложен в таблице 27.

Таблица 27 – Экономические границы торговой деятельности организации

Показатели	Алгоритм расчета
1. Точка безубыточности (объем товарооборота, при котором валовые доходы от реализации покрывают текущие расходы)	$ТБУ = \frac{P_{nocm_n}}{Y_{ВДn} - Y_{ППn}} \cdot 100,$ <p>где $ТБУ$ – точка безубыточности; P_{nocm_n} – плановая сумма условно-постоянных расходов с учетом управленческих расходов; $Y_{ВДn}$ – плановый уровень валового дохода от реализации, %; $Y_{ППn}$ – плановый уровень условно-переменных расходов, %</p>
2. Критическая точка продаж (объем товарооборота, минимизирующий убыток)	$КТП \geq ТБУ - P_{nocm_n},$ <p>где $КТП$ – критическая точка продаж</p>
3. Минимальная прибыль от реализации в торговле	$П_{\min} = \frac{(ОСс + ОФс)C}{100},$ <p>где $П_{\min}$ – минимальная прибыль от реализации в торговле; $ОСс$ – собственные оборотные средства торговли; $ОФс$ – остаточная стоимость собственных основных средств торговли; $С$ – ставка банка за пользование кредитами, %</p>
4. Точка минимальной рентабельности (объем товарооборота, при котором организация получает минимальную прибыль)	$ТМР = \frac{P_{nocm_n} + П_{\min}}{Y_{ВДn} - Y_{ППn}} \cdot 100,$ <p>где $ТМР$ – точка минимальной рентабельности</p>

Продолжение таблицы 27

Показатели	Алгоритм расчета
5. Желаемая прибыль от реализации в торговле	$ПЖ = ПТДn,$ <p>где $ПЖ$ – желаемая прибыль от реализации в торговле; $ПТДn$ – плановая сумма прибыли от реализации в торговле</p>
6. Точка желаемой рентабельности (объем товарооборота, при котором организация получает желаемую прибыль)	$ТЖР = \frac{P_{nocm_n} + ПЖ}{Y_{B/In} - Y_{ПРn}} \cdot 100,$ <p>где $ТЖР$ – точка желаемой рентабельности</p>
7. Запас финансовой прочности исходя из точки безубыточности: в сумме	$\zeta \hat{O} \hat{I} \hat{\Delta} \hat{A} \hat{O} = \hat{D} \hat{O} \hat{I} n - \hat{O} \hat{A} \hat{O}$ <p>где $\hat{D} \hat{O} \hat{I} n$ – запас финансовой прочности исходя из точки безубыточности, млн р.; $\hat{P} \hat{T} \hat{O} n$ – плановый объем товарооборота; $\hat{D} \hat{O} \hat{I} n$ – запас финансовой прочности исходя из точки безубыточности, %</p>
в процентах	$\zeta \hat{O} \hat{I} \hat{\Delta} \hat{A} \hat{O} (\%) = \frac{\hat{D} \hat{O} \hat{I} n - \hat{O} \hat{A} \hat{O}}{\hat{D} \hat{O} \hat{I} n} \cdot 100$
8. Запас финансовой прочности исходя из точки минимальной рентабельности: в сумме	$\zeta \hat{O} \hat{I} \hat{\Delta} \hat{I} \hat{D} = \hat{D} \hat{O} \hat{I} n - \hat{O} \hat{I} \hat{D}$ <p>где $\hat{D} \hat{O} \hat{I} n$ – запас финансовой прочности исходя из точки минимальной рентабельности, млн р.;</p>
в процентах	$\zeta \hat{O} \hat{I} \hat{\Delta} \hat{I} \hat{D} (\%) = \frac{\hat{D} \hat{O} \hat{I} n - \hat{O} \hat{I} \hat{D}}{\hat{D} \hat{O} \hat{I} n} \cdot 100,$ <p>где $\hat{D} \hat{O} \hat{I} n$ – запас финансовой прочности исходя из точки минимальной рентабельности, %</p>

Окончание таблицы 27

Показатели	Алгоритм расчета
9. Запас финансовой прочности исходя из точки желаемой рентабельности: в сумме	$ЗФП_{ТЖР} = РТО_n - ТЖР,$ <p>где $ЗФП_{ТЖР}$ – запас финансовой прочности исходя из точки желаемой рентабельности, млн р.; $ЗФП_{ТЖР(\%)}$ – запас финансовой прочности исходя из точки желаемой рентабельности, %</p>
в процентах	$\zeta \hat{O} \hat{I} \hat{O} \hat{A} E D (\%) = \frac{\hat{D} \hat{O} \hat{I} n - \hat{O} \hat{A} E D}{\hat{D} \hat{O} \hat{I} n} \cdot 100$
10. Критическая величина валового дохода от реализации (объем доходов, требуемый для достижения точки безубыточности)	$ВД_k = \frac{P_{ном} m_n}{КП} \cdot 100,$ <p>где $ВД_k$ – критическая величина валового дохода от реализации; $КП$ – коэффициент покрытия;</p> $КП = \frac{ВД_n - Инер_n}{ВД_n},$ <p>где $ВД_n$ – плановая сумма валового дохода; $Инер_n$ – плановая сумма условно-переменных расходов</p>
11. Запас финансовой прочности по валовому доходу: в сумме	$ЗФП_{ВД} = ВД_n - ВД_k,$ <p>где $ЗФП_{ВД}$ – запас финансовой прочности по валовому доходу, млн р.</p>
в процентах	$ЗФП_{ВД(\%)} = \frac{ВД_n - ВД_k}{ВД_n} \cdot 100,$ <p>где $ЗФП_{ВД(\%)}$ – запас финансовой прочности по валовому доходу, %</p>

13.5. Показатели оценки эффективности использования экономических ресурсов

В данном вопросе анализируется эффективность использования экономических ресурсов. В таблице 28 представлены показатели эффективности использования одного из постоянных экономических ресурсов организации – основных средств.

Таблица 28 – Показатели оценки эффективности использования основных средств торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Розничный товарооборот, млн р.	Форма № 1-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 1)
3. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
4. Чистая продукция, млн р.	Алгоритм расчета приведен в таблице 25 (стр. 2)
5. Среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (стр. 160, среднее арифметическое колонок 1 и 7)
6. Торговая площадь, м ²	Форма № 1-торг (розница) «Отчет по розничной торговле» (стр. 140, колонка 2)
7. Число торговых объектов, ед.	Форма № 1-торг (розница) «Отчет по розничной торговле» (стр. 151, колонка 1)
8. Среднесписочная численность работников розничной торговли, чел.	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)
9. Рентабельность основных средств, %	Стр. 2 : стр. 5 данной таблицы ·100
10. Доходность основных средств, всего, р.	Стр. 3 : стр. 5 данной таблицы
10.1. В том числе по чистой продукции, р.	Стр. 4 : стр. 5 данной таблицы
11. Отдача основных средств торговли, р.	Стр. 1 : стр. 5 данной таблицы
12. Емкость основных средств торговли, р.	Стр. 5 : стр. 1 данной таблицы
13. Вооруженность основными средствами работников торговли, млн р.	Стр. 5 : стр. 8 данной таблицы
14. Товарооборот на 1 м ² торговой площади, млн р.	Стр. 1 : стр. 6 данной таблицы
15. Прибыль на 1 м ² торговой площади, млн р.	Стр. 2 : стр. 6 данной таблицы
16. Товарооборот на 1 торговый объект, млн р.	Стр. 1 : стр. 7 данной таблицы
17. Прибыль на 1 торговый объект, млн р.	Стр. 2 : стр. 7 данной таблицы
18. Интегральный показатель эффективности основных средств	$\sqrt{\text{стр. 11} \cdot \text{стр. 9}}$ данной таблицы

Критериальным (основным) показателем использования основных средств является фондоотдача, отражающая, сколько рублей товарооборота дает использование основных средств. Если этот показатель растет, то, следовательно, растет и эффективность использования основных средств. Не менее важен в этой системе показатель фондорентабельности (прибыльности основных средств), отражающий, насколько прибыльно используются средства (инвестиции), вложенные в основные фонды. Он отражает эффективность инвестиций в основные средства. Более точную картину эффективности использования основных средств торговой организации дадут такие частные и вспомогательные показатели, как товарооборот и прибыль на 1 м² торговой площади, один торговый объект.

При оценке эффективности основных средств необходимо проверить соблюдение пропорций между показателями фондоотдачи, фондовооруженности и производительности труда.

Показатель фондовооруженности работников отражает степень наделения работников торговой организации средствами и предметами труда. Рост фондовооруженности должен вести к росту эффективности основных средств и, следовательно, всей социально-экономической эффективности. Но это не всегда происходит, особенно в кризисных условиях, поэтому положительно оценивать рост фондовооруженности можно лишь в случае опережающих темпов роста производительности труда по сравнению с ней. В этом случае фондоотдача будет расти, что можно представить следующим образом:

$$\dot{O}_{\dot{A}_{IN}} < T_{\Pi T} \rightarrow \uparrow OOC,$$

где $\dot{O}_{\dot{A}_{IN}}$ – темп роста вооруженности основными средствами, %;

$T_{\Pi T}$ – темп роста производительности труда, %;

OOC – отдача основных средств;

Иначе говоря, для роста фондоотдачи необходимо, чтобы производительность труда росла быстрее его вооруженности.

В систему показателей оценки эффективности использования оборотных средств традиционно включаются показатели оборачиваемости оборотных средств и их рентабельности. В современных условиях этого явно недостаточно, так как составные части оборотного капитала неоднородны по своему происхождению. Источники происхождения оборотного капитала подразделяются на собственные и за-

емные. К показателям эффективности использования оборотных средств относятся следующие показатели:

- коэффициент оборачиваемости оборотных средств;
- коэффициент оборачиваемости собственных средств;
- коэффициент оборачиваемости заемных средств;
- оборачиваемость запасов торговли;
- рентабельность оборотных, собственных и заемных средств;
- доходность оборотных средств и товарных запасов (таблица 29).

Таблица 29 – Показатели оценки эффективности использования оборотных средств торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Розничный товарооборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 1)
3. Сумма налогов с объема реализации товаров, млн р.	Налоговые декларации по НДС
4. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
5. Розничный товарооборот в отпускных ценах, млн р.	Стр. 1 – стр. 3 – стр. 4 данной таблицы
6. Средняя стоимость товарных запасов, млн р.	Формы №1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле за отчетный и предшествующий годы» (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
7. Средняя стоимость оборотных средств торговли, млн р.	Стр. 290 – стр. 210 бухгалтерского баланса × × доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100 + форма № 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле за отчетный и предшествующий годы» (по покупной стоимости) (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
8. Средняя стоимость собственных оборотных средств торговли, млн р.	Бухгалтерский баланс [(стр. 490 пассива, среднее арифметическое колонок 3 и 4 – стр. 190 актива, среднее арифметическое колонок 3 и 4 + расходы будущих периодов бухгалтерского баланса · доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100)]
9. Средняя стоимость заемных средств торговли, млн р.	Стр. 7 – стр. 8 данной таблицы

Окончание таблицы 29

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
10. Средняя стоимость товарных запасов в покупных ценах, млн р.	Стр. 6 \cdot (100 – уровень валовых доходов и НДС в розничном товарообороте) : 100 или среднее арифметическое строки 60 300, колонки 1 Отчета о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров за отчетный и предыдущие годы
11. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств торговли, раз	Стр. 5 : стр. 7 данной таблицы
12. Коэффициент загрузки оборотных средств торговли, раз	Стр. 7 : стр. 5 данной таблицы
13. Длительность 1 оборота, дней	Стр. 7 : стр. 5 данной таблицы : 360
14. Коэффициент оборачиваемости собственных оборотных средств торговли, раз	Стр. 5 – стр. 9 : стр. 8 данной таблицы
15. Коэффициент оборачиваемости заемных оборотных средств торговли, раз	Стр. 5 – стр. 8 : стр. 9 данной таблицы
16. Коэффициент оборачиваемости товарных запасов (скорость товарного обращения), раз	Стр. 1 : стр. 10 данной таблицы
17. Коэффициент загрузки товарных запасов	Стр. 10 : стр. 1 данной таблицы
18. Оборачиваемость товарных запасов (время товарного обращения), дней	Стр. 10 : (стр. 1 : 360) : стр. 10 данной таблицы
19. Уровень товарных запасов к среднемесячному товарообороту, %	Стоимость товарных запасов на начало года (форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров») \cdot 100 : среднемесячный товарооборот (стр. 1 : 12)
20. Рентабельность оборотных средств торговли, %	Стр. 2 : стр. 7 данной таблицы \cdot 100
21. Рентабельность собственных оборотных средств торговли, %	Стр. 2 : стр. 8 данной таблицы \cdot 100
22. Рентабельность заемных оборотных средств торговли, %	Стр. 2 : стр. 9 данной таблицы \cdot 100
23. Рентабельность товарных запасов, %	Стр. 2 : стр. 6 данной таблицы \cdot 100
24. Доходность оборотных средств торговли, р.	Стр. 4 : стр. 7 данной таблицы
25. Доходность товарных запасов, р.	Стр. 4 : стр. 6 данной таблицы

Показатель оборачиваемости собственных средств характеризует финансовый, экономический, коммерческий аспекты деятельности организации. С финансовой точки зрения он определяет скорость оборота вложенных собственных средств, с экономической – активность денежных средств, с коммерческой – либо излишки продажи, либо их недостаток. Если в динамике наблюдается рост данного показателя, то это значит, что заемные средства преобладают над собственными, что свидетельствует об ухудшении финансового положения.

Показатель оборачиваемости заемных средств характеризует объем товарооборота в покупных ценах, приходящийся на единицу заемных средств. Данный показатель оценивается в динамике и на его уровень влияет соотношение собственных и заемных средств. Показатель оборачиваемости заемного капитала указывает на то, сколько дней требуется организации для полного оборота заемного капитала. Анализировать данный показатель необходимо вместе с показателями оборачиваемости всех оборотных средств и собственных оборотных средств.

Показатель оборачиваемости товарных запасов указывает на скорость их реализации, т. е. на то, сколько раз в среднем за год были реализованы товарные запасы. Рост данного показателя говорит об эффективности вложения и использования средств в запасах, а следовательно, о росте товарооборота, прибыли и экономии издержек обращения, т. е. чем выше данный показатель, тем устойчивее финансовое положение организации. Однако в некоторых случаях ускорение оборачиваемости не ведет к росту прибыли, так как могут быстро реализоваться отдельные социально значимые товары с ограниченной торговой надбавкой. Также актуальным в настоящее время является показатель уровня запасов к среднемесячному товарообороту, отражающий долю товарных запасов в среднемесячном объеме реализации.

Критериальными показателями эффективности труда являются показатели производительности труда (таблица 30). В отличие от традиционно рассчитываемого показателя производительности труда по товарообороту в настоящее время необходимо знать, сколько прибыли и чистой продукции зарабатывает для организации каждый работник. Для этого необходимо динамику показателей производительности труда сравнивать с динамикой среднего дохода работника. Если темп роста среднего дохода выше темпа роста производительности труда, то это говорит об отсутствии научного подхода к оплате труда в организации, что может привести к потере мотивации труда и снижению результативных показателей организации.

Таблица 30 – Показатели оценки эффективности использования трудовых ресурсов торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Среднесписочная численность работников торговли, чел.	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)
2. Фонд заработной платы работников торговли, млн р.	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (раздел V)
3. Расходы на оплату труда, относимые на расходы на реализацию товаров: 3.1. В сумме, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 22 000, колонка 1)
3.2. В процентах к товарообороту	Стр. 3.1 : стр. 5 данной таблицы : 100
4. Расходы на оплату труда, производимые из прибыли: 4.1. В сумме, млн р.	Стр. 2 – стр. 3.1 данной таблицы
4.2. В процентах к товарообороту	Стр. 4.1 : стр. 5 данной таблицы : 100
5. Розничный товароборот: 5.1. В действующих ценах, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
5.2. В ценах базисного года, млн р.	Стр. 5.1 : совокупный индекс цен
6. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
7. Чистая продукция, млн р.	Стр. 3.1 + стр. 8 данной таблицы
8. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 1)
9. Среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (стр. 160, среднее арифметическое колонок 1 и 7)
10. Производительность труда, измеренная: 10.1. Товарооборотом в действующих ценах, млн р.	Стр. 5.1 : стр. 1 данной таблицы
10.2. Товарооборотом в сопоставимых ценах, млн р.	Стр. 5.2 : стр. 1 данной таблицы
10.3. Валовым доходом от реализации, млн р.	Стр. 6 : стр. 1 данной таблицы
10.4. Чистой продукцией, млн р.	Стр. 7 : стр. 1 данной таблицы
10.5. Прибылью, млн р.	Стр. 8 : стр. 1 данной таблицы
11. Средняя заработная плата, млн р.	Стр. 2 : стр. 1 данной таблицы
12. Доля фонда заработной платы в чистой продукции, %	Стр. 2 : стр. 7 данной таблицы ·100
13. Фондовооруженность, млн р.	Стр. 9 : стр. 1 данной таблицы
14. Рентабельность фонда заработной платы, %	Стр. 8 : стр. 2 данной таблицы ·100
15. Доходность фонда заработной платы, млн р.	Стр. 6 : стр. 2 данной таблицы
15.1. В том числе по чистой продукции, млн р.	Стр. 7 : стр. 2 данной таблицы
16. Затратоотдача	Стр. 5.1 : стр. 2

Важное значение при оценке эффективности труда отводится анализу соотношений различных частей фонда заработной платы и его доли в чистой продукции в динамике. Рост эффективности труда можно оценить, используя следующее соотношение:

$$T_{ПТnm} > T_{ПТчп} > T_{ПТвд} > T_{ПТm} > T_{ФВ} > T_{СЗП},$$

где $T_{ПТnm}$ – темп роста производительности труда по прибыли, %;
 $T_{ПТчп}$ – темп роста производительности труда по чистой продукции, %;
 $T_{ПТвд}$ – темп роста производительности труда по валовому доходу от реализации, %;
 $T_{ПТm}$ – темп роста производительности труда по товарообороту, %;
 $T_{ФВ}$ – темп роста фондовооруженности, %;
 $T_{СЗП}$ – темп роста средней заработной платы работника, %.

13.6. Показатели оценки эффективности текущих расходов

Еще одним блоком в системе показателей экономической эффективности считаются показатели оценки эффективности расходов на реализацию (издержек обращения) (таблица 31). Необходимость такого анализа заключается в том, что ресурсы организации (материальные, финансовые, трудовые) в ходе хозяйственной деятельности трансформируются и находят свое отражение (переходят) в различных статьях расходов.

Таблица 31 – Показатели оценки эффективности расходов на реализацию товаров (издержек обращения) организаций торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Розничный товарооборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 1)
3. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 35 000, колонка 1)
4. Расходы на оплату труда работников торговли, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 22 000, колонка 1)
5. Отчисления на социальные нужды, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 23 000, колонка 1)

Окончание таблицы 31

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
6. Амортизация основных средств и нематериальных активов, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 24 000, колонка 1)
7. Материальные затраты, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 21 000, колонка 1)
8. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
9. Уровень расходов на реализацию, %	Стр. 3 : стр. 1 данной таблицы · 100
10. Расходоотдача, р.	Стр. 1 : стр. 3 данной таблицы
11. Уровень расходов на оплату труда, %	Стр. 4 : стр. 1 данной таблицы · 100
12. Уровень материальных затрат, %	Стр. 7 : стр. 1 данной таблицы · 100
13. Уровень отчислений на социальные нужды, %	Стр. 5 : стр. 1 данной таблицы · 100
14. Уровень амортизационных отчислений, %	Стр. 6 : стр. 1 данной таблицы · 100
15. Доля расходов на реализацию в валовом доходе, %	Стр. 3 : стр. 8 данной таблицы · 100
16. Рентабельность расходов на реализацию (издержек обращения), %	Стр. 2 : стр. 3 данной таблицы · 100

Так, трудовые ресурсы находят свое стоимостное выражение в статье «Расходы на оплату труда», основные средства – «Амортизация», оборотные средства – в расходах по кредиту, без которого не может функционировать торговая организация. Поэтому, кроме традиционно рассчитываемых показателей эффективности текущих затрат, предлагается также оценивать структуру издержек по укрупненным статьям расходов и динамику их доли в валовом доходе от реализации. Оценивая динамику состава расходов, можно использовать следующие соотношения, характерные для эффективного развития при снижении общего уровня расходов на реализацию товаров (издержек обращения):

$$T_{PPM} > T_{PK},$$

$$T_{MЗ} > T_{РОТ},$$

где T_{PPM} – темп роста расходов на реализацию товаров (издержек обращения), %;

T_{PK} – темп роста расходов по уплате банку процентов за кредит, %;

$T_{MЗ}$ – темп роста материальных затрат, %;

$T_{РОТ}$ – темп роста расходов на оплату труда, %.

Необходимо также оценивать место расходов на реализацию товаров в соотношениях эффективного развития, отраженных ранее.

13.7. Показатели социальной эффективности торговли

Система показателей социальной эффективности состоит из трех групп показателей:

1. Показатели, характеризующие удовлетворение покупательского спроса, снижение затрат и экономию времени обслуживаемого населения при приобретении товаров и получении услуг.

2. Показатели, характеризующие условия и характер труда, жизни и быта работников торговли.

3. Показатели, характеризующие проявление социальной эффективности на общественном уровне.

К показателям, характеризующим удовлетворение покупательского спроса, снижение затрат и экономию времени обслуживаемого контингента населения на приобретение товаров, относятся следующие:

- Уровень освоения покупательных фондов населения на покупку товаров и услуг ($C = p\delta : n$) исчисляется в процентах как отношение объема товарооборота ($p\delta$) к сумме покупательных фондов населения (n_1). Если покупательные фонды используются не полностью, то имеет место неудовлетворенный спрос обслуживаемого населения. Стопроцентное их использование означает полное удовлетворение спроса. Если расходы на покупку товаров и услуг превышают заработанную сумму, то это свидетельствует о дополнительном привлечении денежных средств населения из его сбережений. Однако по одному значению (C) нельзя судить о тенденции в изменении степени удовлетворения спроса. Поэтому большое значение имеет динамика этого показателя, которая характеризуется следующим индексом:

$$O\tilde{n} = \frac{\tilde{N}_1}{N_0},$$

где U_c – индекс уровня усвоения покупательных фондов населения;

C_1 – уровень освоения покупательных фондов населения отчетного периода;

C_0 – уровень освоения покупательных фондов населения отчетного периода.

- Товарооборот на одного жителя или одну семью обслуживаемого населения по всем товарам или товарным группам, видам оборота. Эти показатели дают представление о различиях в уровне товарного потребления материальных благ по территориальности. Они могут быть исчислены и в стоимостном, и в натуральном выражении, а также их необходимо сравнивать с физическими нормами потребления и показателями за предшествующие годы в сопоставимом виде.

- Коэффициент завершенности покупки – соотношение числа посетителей, совершивших покупку, к общему числу посетителей за определенный период. Он отражает степень соответствия предлагаемых товаров спросу покупателей и зависит от качества обслуживания.

- Коэффициент вынужденной покупки – соотношение числа посетителей, совершивших покупку в зависимости не от их спроса, а от наличия товаров к общему числу посетителей. Следует отметить, что покупатель, совершивший вынужденную покупку, уходит с торгового объекта не до конца удовлетворенным, так как обычно заменяющий товар покупается в меньшем количестве, т. е. покупка носит экспериментальный характер.

- Показатели обеспеченности населения объектами торговли, торговыми площадями и торговыми работниками – число торговых объектов на 1 тыс. населения, торговой площади на 1 000 жителей, 100 семей, количество торговых работников на 1 000 жителей.

- Степень соответствия фактической обеспеченности населения торговой площадью согласно установленному нормативу. Степень охвата населения дополнительными услугами торговли характеризует долю населения, охваченную дополнительными услугами, и измеряется количеством дополнительных услуг на одну организацию (одного покупателя). Коэффициент дополнительных услуг определяется отношением числа услуг, фактически оказываемых торговыми объектами организаций, к числу услуг, предусмотренных установленным перечнем. Полученный результат можно разделить на число наблюдений.

- Коэффициент устойчивости ассортимента товаров и услуг характеризует степень соответствия фактического ассортимента товаров и услуг ассортиментному перечню в течение определенного периода времени и определяется путем деления разновидности товаров и услуг, имеющих в наличии в момент наблюдения, на количество разновидностей товаров и услуг по ассортиментному перечню.

- Обеспеченность населения фасованными и упакованными товарами. Уровень этого показателя можно характеризовать через коэффициент фасованности товаров.

- Денежная экономия доходов обслуживаемого населения от ограничения торговых надбавок на отдельные товарные позиции. Некоторые товары организации реализуют с убытками, так как предельные торговые надбавки на продовольственные социально значимые товары регулируемые государством не покрывают текущих расходов. В результате этого получается, что у населения образуется экономия денежных средств, равная сумме убытков торговых организаций от реализации социально значимых товаров, что указывает

на снижение экономической и рост социальной эффективности торговли.

- Затраты времени покупателей в среднем на одну покупку и на один рубль покупок. Эти два показателя, дополняя друг друга, характеризуют размер затрат времени покупателей на единицу эффекта. Второй по отношению к первому является обратным показателем. Эффект от этих показателей виден тогда, когда они имеют тенденцию к снижению.

- Средние затраты времени одного покупателя на посещение торгового объекта – отношение затрат времени посетителей за день (месяц или год) к числу посетителей (покупателей) за период.

- Степень применения прогрессивных методов продажи рассчитывается как отношение розничного товарооборота, полученного прогрессивными методами продажи, к общему объему товарооборота.

- Коэффициент соотношения активного времени покупателей в торговле. К пассивным затратам времени относятся затраты времени на ожидание в очередях и расчеты. Остальное время называется активным, повышение которого приводит к экономии времени покупателей.

- Затраты времени покупателей на одну покупку – время, затраченное на ознакомление с ассортиментом и выбор товара, ожидание в очереди для входа в отдел или секцию, ожидание в очереди к кассиру и расчет, дорогу в торговую точку и обратно, на повторное посещение, при приобретении товаров вне места жительства и др.

- Коэффициент соответствия числа посетителей (потенциальных покупателей) пропускной способности обслуживающих объектов торговли. Если этот коэффициент больше единицы, то покупатели будут стоять в очереди и ждать, когда их обслужат, что приведет к потере времени.

- Уровень правовой защищенности потребителей, рассчитываемый как отношение числа покупателей, требования которых были удовлетворены в соответствии с законодательством, к общему числу покупателей, выдвинувших требования.

- Профессиональный и культурный уровень торгово-оперативных работников.

Вторую группу показателей социальной эффективности торговли составляют показатели, *характеризующие условия и характер труда, жизни и быта работников торговли.*

В повышении социальной эффективности большое значение имеют показатели заменяемости торгово-технологического оборудования. Для повышения производительности труда и социальной эффективности роста уровня механизации и автоматизации недостаточно.

Необходимо создавать и внедрять автоматизированное рабочее место работников торговли.

Важными показателями социальной эффективности торговли, характеризующими условия и характер труда, жизни и быта работников, являются следующие:

- Уровень обеспеченности работников современными орудиями и средствами труда.

- Уровень обеспеченности жильем и транспортными средствами.

- Уровень повышения квалификации.

- Уровень интеллектуального содержания труда, отношений в коллективе, зрелости и социальной активности коллектива, инновационной деятельности работников.

- Уровень престижности и популярности профессий среди населения, особенно, среди молодежи и др.

- Санитарно-гигиенические показатели условий труда такие, как уровень освещенности рабочих мест, температурные условия (уровень обеспеченности теплом и холодом), воздушная среда (загазованность, запыленность, сырость и др.), уровень обеспеченности санитарно-бытовыми помещениями и их состояние.

- Коэффициенты текучести и закрепляемости кадров показывающие, что работник не увольняется тогда, когда его полностью устраивают условия работы и данная работа обеспечивает ему хорошую жизнь. Следовательно, эти показатели являются центральными показателями второй группы показателей социальной эффективности.

- Уровень предоставления работникам организаций торговли различных льгот (бесплатное обучение в учебных заведениях, оздоровление, отдых, скидки со стоимости набора товаров и др.).

- Уровень реальной средней заработной платы, во многом отражающий уровень жизни работников.

Проявление социальной эффективности организаций торговли на общественном уровне выражается удельными весами суммы налогов и обязательных отчислений организации в прибыли и в выручке (товарообороте) и их изменением, отражающие вклад организации торговли в решение социальных задач общества.

Для совершенствования оценки качества обслуживания (тем более, что не все показатели можно рассчитать) в условиях рыночных отношений, когда все субъекты хозяйствования будут заниматься маркетингом, необходимо проводить социологические исследования при помощи анкетных опросов. Например, анкета состоит из 5–7 вопросов, отражающих качество обслуживания или другую сторону со-

циальной эффективности торговли. Каждый из вопросов оценивается по трехбалльной системе:

- x_1 – вполне удовлетворяет (10 баллов);
- x_2 – среднее значение (5 баллов);
- x_3 – неудовлетворительно (1 балл).

Для расчета среднего уровня оценки качества производится распределение всех ответов на вопросы анкеты согласно полученным значениям. Тогда средний уровень оценки качества торговли ($УО_k$) можно определить следующим образом:

$$УО_k = \frac{(\hat{e}_1 \cdot \hat{e}_1) + (\hat{e}_2 \cdot \hat{e}_2) + (\hat{e}_3 \cdot \hat{e}_3)}{\hat{e}},$$

где k_1 – количество удовлетворительных ответов;

k_2 – количество средних значений;

k_3 – количество неудовлетворительных значений;

k – общее количество вопросов анкеты.

Чем ближе будет полученный показатель к десяти, тем выше качество обслуживания в исследуемой организации. Если каждому показателю установить коэффициенты значимости, т. е. определить степень их приоритетности по удельным весам этих коэффициентов, то можно избавиться от принципа равноценного подхода к анализируемым показателям. Таким образом, понятие «качество торговли» выражает меру выполнения торговлей своей основной функции – удовлетворение потребностей населения в разнообразных товарах.

13.8. Понятие конкурентоспособности организаций торговли

Понятие «конкуренция» в последние годы плотно вошло в нашу жизнь в связи с тем, что национальная экономика уверенными темпами идет по пути рыночных реформ. Как элемент внешней среды организации конкуренция представляет собой экономическое соперничество за улучшение условий работы, большую долю рынка, потребителей.

Важным направлением экономического анализа является анализ конкурентной позиции организации. Под *конкурентоспособностью* организации понимается ее способность приносить прибыль на вложенный капитал в краткосрочном периоде не ниже заданной, или превышение рентабельности в краткосрочном периоде по сравнению со среднеотраслевой в соответствующей отрасли. В общем виде кон-

курентоспособность – это эффективность функционирования организации в краткосрочном периоде.

Для обеспечения конкурентоспособности организации необходимо наращивать *конкурентный потенциал*, который означает потенциальную возможность сохранять или увеличивать стратегическую конкурентоспособность. Данный показатель определяется совокупностью параметров, определяющих возможность (потенциал) и способность организации эффективно функционировать на рынке, т. е. удерживать или увеличивать свою рыночную долю, иметь достаточную рентабельность, а также финансовую устойчивость в перспективе.

Задачей анализа конкурентоспособности является изучение возможностей организации эффективно развивать основной вид деятельности в реальных условиях с учетом нестабильности факторов внешней среды и их неопределенности.

Анализ конкурентоспособности включает определение и оценку главных конкурентных сил организации, на основе которых менеджмент формулирует основные варианты конкурентных стратегий.

Таким образом, под *конкурентоспособностью* организации понимается ее умение эффективно работать в условиях рынка.

Составляющими эффективной и конкурентной работы организаций торговли является, с одной стороны, высокое качество предлагаемых товаров и обслуживания, послепродажный сервис, новизна применяемых технологий (социальная эффективность), а с другой стороны, – эффективная деятельность по всем ключевым направлениям (экономическая эффективность) (рисунок 81).

Составляющие конкурентоспособности взаимосвязаны и взаимобусловлены. Так, если организация реализует товары ненадлежащего качества, значит, они не будут своевременно реализованы, снизится спрос и объемы продаж, а соответственно, и прибыль. Поэтому при оценке конкурентоспособности организаций торговли важны как социальный, так и экономический аспекты.

13.9. Методические подходы к оценке конкурентоспособности торговых организаций

Наиболее распространенным методом оценки конкурентоспособности организации является метод ранжирования. Его суть заключается в том, что для оценки организации в целом или отдельного направления ее деятельности определяется перечень показателей, сопоставимых с аналогичными показателями других организаций и

среднерыночными (отраслевыми) показателями. В зависимости от количества участвующих в оценке организаций каждому показателю присваивается место (ранг) от одного (лучшее значение) до n (худшее значение). Чем меньше сумма этих рангов, тем выше место организации в рейтинговой оценке.



Рисунок 81 – Факторы, определяющие конкурентоспособность торговой организации

Постановлением Правления Белкоопсоюза «О критериях оценки деятельности организаций потребительской кооперации» от 15 мая 2012 г. №153/19 утверждены критерии оценки результатов деятельности организаций потребительской кооперации, нацеленные на выполнение основных показателей развития отраслей деятельности в рамках выполнения Программы совершенствования деятельности потребитель-

ской кооперации на 2011–2015 гг. Для облпотребсоюзов и райпо оценка торговой деятельности проводится методом ранжирования по следующим показателям:

- Темп роста розничного товарооборота в сопоставимых ценах.
- Изменение доли рынка по розничному товарообороту.
- Розничный товарооборот на одного жителя.
- Индекс розничного товарооборота на одного жителя.
- Удельный вес в товарообороте безналичных расчетов по платежным карточкам.
- Товарооборот на 1 м² торговой площади.
- Индекс изменения торговой площади.
- Среднемесячная заработная плата.
- Производительность труда.
- Темп роста номинальной среднемесячной заработной платы.
- Темп роста производительности труда.
- Рентабельность продаж.
- Изменение рентабельности продаж.
- Рентабельность продаж по чистой прибыли.
- Изменение рентабельности продаж по чистой прибыли.

Рассчитанные ранги определяют место организации (облпотребсоюза, райпо) по эффективности всей деятельности. В связи с тем, что торговля является основной отраслью потребительской кооперации, в которой проявляется ее социально-экономический эффект, предлагается несколько иначе оценивать эффективность и конкурентоспособность торговой деятельности организаций потребительской кооперации.

Уровень конкурентоспособности организации торговли или торговой отрасли целесообразно оценивать путем расчета обобщающих показателей социально-экономической эффективности и определения оптимального соотношения между экономической и социальной эффективностью, что особенно важно для организаций потребительской кооперации, основным видом деятельности которых является торговля.

Для коммерческих организаций уровень конкурентоспособности можно оценить путем сравнения составляющих комплексного показателя экономической эффективности с аналогичными показателями конкурентов или со среднерыночными показателями.

Расчет обобщающего показателя социально-экономической эффективности торговой организации предлагается производить по формуле

$$Осэ = \sqrt{\dot{Y} \cdot \tilde{N}},$$

где $Осэ$ – значение обобщающего показателя социально-экономической эффективности торговой деятельности;

$Э$ – комплексный показатель экономической эффективности;

$С$ – комплексный показатель социальной эффективности.

Комплексные показатели экономической и социальной эффективности рассчитываются как сумма квадратов матричных значений следующих показателей:

$$\dot{Y} = \sum_{i=1}^6 \dot{Y}^{i^2},$$

$$\tilde{N} = \sum_{i=1}^6 \tilde{N}^{i^2},$$

где \dot{Y}^{n^2} , \tilde{N}^{n^2} – суммы квадратов матричных значений показателей;
 n – количество отобранных показателей экономической и социальной эффективности.

В расчет комплексного показателя экономической эффективности включаются следующие показатели, отражающие различные стороны экономической эффективности в современных условиях:

- темп роста физического объема розничного товарооборота;
- рентабельность продаж;
- расходуотдача;
- производительность труда;
- доля рынка;
- товарооборачиваемость.

Для расчета значений комплексных показателей берется максимальное значение конкретного показателя за определенный период и принимается за единицу. Остальные показатели или показатели других организаций делятся на это максимальное значение. Расположение значений этих показателей называют *матрицей координат*. Далее, элементы матрицы координат возводятся в квадрат и суммируются по каждой организации отдельно по строкам, в результате чего получается комплексный показатель экономической эффективности.

Для расчета комплексного показателя социальной эффективности предлагается использовать значения следующих показателей:

- розничный товарооборот на одного жителя;
- количество торговых работников, приходящихся на тысячу жителей обслуживаемого населения;

- доля магазинов самообслуживания в общем количестве магазинов;
- количество торговых объектов в среднем на тысячу жителей;
- средняя заработная плата;
- торговая площадь на тысячу жителей.

Отдельно взятые значения комплексных показателей социальной и экономической эффективности ничего не означают. Присвоив же ранговые места каждому показателю по мере убывания, можно определить, какая организация сработала более эффективно как в социальном, так и экономическом аспекте. При этом лучшей организации, т. е. той, где выше социальная или экономическая эффективность, соответствует большее значение комплексного показателя. Организация, у которой обобщающий показатель социально-экономической эффективности имеет максимальное значение, является, таким образом, наиболее конкурентоспособной.

Методика определения уровня конкурентоспособности может быть использована в организациях торговли различных организационно-правовых форм, которые имеют в своем составе унитарные организации торговли или в организациях торговли, где ведется отдельный учет по каждому торговому объекту.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативная правовая литература

Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г.). – Минск : Амалфея, 2005. – 48 с.

Гражданский кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2001. – № 2/744.

Трудовой кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 1999. – № 2/70.

О потребительской кооперации : Закон Респ. Беларусь от 25 февр. 2002 г. № 93-3 // Вести потрeбкооперации. – 2002. – № 11. – С. 4–5.

О государственной регистрации торговли и общественного питания в Республики Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г. № 128-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

О ценообразовании : Закон Респ. Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 // Нац. экон. газ. – 1999. – № 21. – С. 2–4.

Об индексации доходов населения с учетом инфляции : Закон Респ. Беларусь от 21 дек. 1990 г. № 476-XII // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2001. – № 2/279.

Об установлении и порядке повышения размера минимальной заработной платы : Закон Респ. Беларусь от 17 июля 2002 г. № 124-3 // Гл. бухгалтер. – 2002. – № 29. – С. 17.

О стимулировании работников организаций отраслей экономики : Декрет Президента Респ. Беларусь от 23 янв. 2009 г. № 2 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

О некоторых вопросах стимулирования реализации продукции, товаров (работ, услуг) : Указ Президента Респ. Беларусь от 23 янв. 2009 г. № 49 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

О некоторых вопросах аренды и безвозмездного пользования имуществом : Указ Президента Респ. Беларусь от 29 марта 2012 г.

№ 150 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь от 25 февр. 2011 г. № 72 // СБ. Беларусь сегодня. – 2011. – 1 марта. – С. 4.

О некоторых мерах по совершенствованию государственного регулирования в области оплаты труда : Указ Президента Респ. Беларусь от 10 мая 2011 г. № 181 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

О порядке отчисления в бюджет части прибыли государственных унитарных предприятий, доходов от находящейся в республиканской и коммунальной собственности акций (долей) хозяйственных обществ и об образовании государственного целевого бюджетного фонда : Указ Президента Респ. Беларусь от 28 дек. 2005 г. № 637 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2005. – № 1/7075.

Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы : Указ Президента Респ. Беларусь от 11 апр. 2011 г. № 136 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 30 мая 2003 г. № 724 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003. – № 5.

О совершенствовании оплаты труда работников объектов торговли и нормативах численности отдельных категорий работников : постановление Правления Белкоопсоюза от 4 июня 2010 г. № 227/1. – Минск : Белкоопсоюз, 2010. – 8 с.

О торговых надбавках к отпускным ценам на социально значимые товары и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства экономики Республики Беларусь : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь от 14 дек. 2011 г. № 200 // Гл. бухгалтер. – 2011. – № 51. – С. 20–24.

Об оплате труда работников организаций потребительской кооперации : постановление Правления Белкоопсоюза от 30 сент. 2011 г. № 57/13. – Минск : Белкоопсоюз, 2011.

Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 12 дек. 2011 г. № 1672 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Об установлении нормативных сроков службы основных средств и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства экономики Республики Беларусь : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 161 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Об установлении форм бухгалтерской отчетности, утверждении инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 31 окт. 2011 г. № 111 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 8/24675.

Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования : постановление М-ва финансов и М-ва экономики Респ. Беларусь от 27 дек. 2011 г. № 140/206 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Об утверждении Методических рекомендаций по составу и бухгалтерскому учету издержек обращения : постановление Правления Белкоопсоюза от 9 февр. 2011 г. № 36. – Минск : Белкоопсоюз, 2011.

Об утверждении перечней товаров (работ, услуг), цены (тарифы) на которые регулируются Министерством экономики, Министерством здравоохранения Республики Беларусь, облисполкомами и Минским горисполкомом, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 14 апр. 2011 г. № 495 (в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 25 окт. 2013 г.

№ 934) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

Об утверждении правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь от 31 авг. 2005 г. № 158 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. –

2005. – № 8/13184.

Об утверждении Программы деятельности Правительства Республики Беларусь на 2011–2015 годы : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 18 февр. 2011 г. № 216 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Об утверждении рекомендаций по применению гибких систем оплаты труда в коммерческих организациях : постановление М-ва труда и соц. защиты Респ. Беларусь от 21 окт. 2011 г. № 104 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Инструкция о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов : утв. постановлением М-ва экономики, М-ва финансов, М-ва архитектуры и строительства Респ. Беларусь от 27 февр. 2009 г. № 37/18/6 // Гл. бухгалтер. – 2009. – № 24. – С. 10–43.

Инструкция о порядке переоценки основных средств, не завершенных строительством объектов и не установленного оборудования : утв. постановлением М-ва экономики, М-ва финансов, М-ва статистики и анализа, М-ва архитектуры и строительства Респ. Беларусь от 20 нояб. 2006 г. № 199/139/185/34 // Гл. бухгалтер. – 2006. – № 47. – С. 14–25.

Инструкция о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов) : утв. постановлением М-ва экономики Респ. Беларусь от 22 июля 2011 г. № 111 // Гл. бухгалтер. – 2011. – № 45. – С. 29–32.

Инструкция о составе фонда заработной платы и прочих выплат : утв. приказом Министра статистики и анализа Респ. Беларусь от 11 дек. 1998 г. № 293 // Нац. экон. газ. – 1999. – № 2. – С. 13–15.

Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 102 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 8/24697.

Инструкция по бухгалтерскому учету основных средств : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 апр. 2012 г. № 26 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

Методика расчета производительности труда : письмо М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 28 дек. 2006 г. № 03-03-10/2147 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ре-

курс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Методические рекомендации по формированию и распределению фонда заработной платы работников коммерческих организаций отраслей материального производства : утв. постановлением М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 30 нояб. 2007 г. № 160 // Бюл. М-ва труда и соц. защиты Респ. Беларусь. – 2007. – № 12. – С. 8–41.

Методические рекомендации по разработке прогнозов развития организаций потребительской кооперации на 5 лет : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 9 янв. 2007 г. № 10. – Минск : Белкоопсоюз, 2007.

Методические указания по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания : утв. приказом М-ва торговли Респ. Беларусь от 20 сент. 2002 г. № 86 // Гл. бухгалтер. Торговля. – 2008. – № 11. – С. 27.

Методические указания по управлению товарными ресурсами в системе потребительской кооперации : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 14 апр. 2004 г. № 171. – Минск : Белкоопсоюз, 2004.

Рекомендации по оплате труда работников торговли и общественного питания : утв. постановлением М-ва торговли Респ. Беларусь от 10 авг. 2011 г. № 33 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Рекомендации по определению тарифных ставок (окладов) работников коммерческих организаций и о порядке их повышения : утв. постановлением М-ва труда и соц. защиты Респ. Беларусь от 11 июля 2011 г. № 67 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Торговля. Термины и определения : ГОСТ 1393-2003. – Введ. 2004-02-01. – Минск : Госстандарт, 2003. – 44 с.

Указания по заполнению в формах государственных статистических наблюдений статистических показателей по труду : утв. постановлением М-ва статистики и анализа Респ. Беларусь от 29 июля 2008 г. № 92 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

Указания по заполнению формы государственной статистической отчетности 12-торг (товарооборот) «Отчет о розничном товарообороте и запасах товаров» : утв. постановлением Нац. стат. комитета Респ. Беларусь от 4 июля 2012 г. № 91 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

Учебно-методическая литература

Абрютина, М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности : учеб. пособие / М. С. Абрютина. – М. : Дело и Сервис, 2010. – 464 с.

Алексеевко, Н. А. Экономика промышленного предприятия : учеб. пособие / Н. А. Алексеевко, И. Н. Гурова. – Минск : Изд-во Гревцова, 2009. – 264 с.

Альбеков, А. У. Экономика коммерческого предприятия : учеб. пособие / А. У. Альбеков, С. А. Соголонян. – Ростов н/Д : Феникс, 2002. – 447 с.

Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учеб. / под ред. В. И. Стражева. – Минск : Выш. шк., 2006. – 480 с.

Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учеб. / В. И. Стражева [и др.] ; под ред. В. И. Стражева, Л. А. Богдановской. – Минск : Выш. шк., 2008. – 527 с.

Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учеб. пособие / Л. Л. Ермолович [и др.] ; под общ. ред. Л. Л. Ермолович. – Минск : Современ. шк., 2010. – 800 с.

Арсенова, Е. В. Справочное пособие в схемах по «Экономике организаций (предприятий)» / Е. В. Арсенова. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 176 с.

Бабук, И. М. Экономика предприятия : учеб. пособие / И. М. Бабук. – Минск : ИВЦ Минфина, 2006. – 327 с.

Баканов, М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учеб. / М. И. Баканов. – М. : Экономика, 1990. – 352 с.

Бланк, И. А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр, 2004. – 784 с.

Владимирова, Л. П. Экономика труда : учеб. пособие / Л. П. Владимирова. – М. : Дашков и К°, 2000. – 220 с.

Головачев, А. С. Экономика предприятия : учеб. пособие. В 2 ч. Ч. 1 / А. С. Головачев. – Минск : Выш. шк., 2008. – 447 с.

Головачев, А. С. Экономика предприятия : учеб. пособие. В 2 ч. Ч. 2 / А. С. Головачев. – Минск : Выш. шк., 2008. – 464 с.

Гомонко, Э. А. Управление затратами на предприятии : учеб. / Э. А. Гомонко. – М. : КноРус, 2010. – 320 с.

Гребнев, А. И. Экономика торгового предприятия : учеб. / А. И. Гребнев, Ю. К. Баженов, О. А. Габриэлян. – М. : Экономика, 1997. – 238 с.

Ерохина, Л. И. Экономика предприятия в сфере товарного обращения : учеб. / Л. И. Ерохина, Т. И. Марченко. – М. : КноРус, 2009. – 304 с.

Ефимова, О. П. Экономика общественного питания : учеб. пособие / О. П. Ефимова ; под ред. Н. И. Кабушкина. – Минск : Новое знание, 2000. – 304 с.

Жудро, М. К. Экономика предприятия. Практикум : учеб. пособие / М. К. Жудро. – Минск : БГЭУ, 2009. – 367 с.

Иванов, Г. Г. Экономика торгового предприятия : учеб. / Г. Г. Иванов. – М. : Академия, 2010. – 320 с.

Ильин, А. И. Планирование на предприятии : учеб. пособие / А. И. Ильин. – М. : Инфра-М ; Минск : Новое знание, 2011. – 668 с.

Кикоть, И. И. Финансирование и кредитование инвестиций : учеб. пособие / И. И. Кикоть. – Минск : Выш. шк., 2003. – 255 с.

Коробкин, А. З. Эффективность и конкурентоспособность организаций торговли : пособие / А. З. Коробкин. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2010. – 80 с.

Коробкин, А. З. Эффективность и конкурентоспособность функционирования организаций торговли: теоретико-методические аспекты : моногр. / А. З. Коробкин. – Гомель : Сож, 2005. – 72 с.

Коробкин, А. З. Доходы и прибыль организаций торговли : пособие / А. З. Коробкин. – 2-е изд., персм. и доп. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2010. – 116 с.

Коробкин, А. З. Экономика торгового предприятия : учеб. пособие / А. З. Коробкин, Л. В. Кравцова, Н. Я. Скорик. – Гомель : ГКИ, 2001. – 100 с.

Коробкин, А. З. Расходы организаций торговли : текст лекции / А. З. Коробкин. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2012. – 80 с.

Коробкин, А. З. Экономика организации. Экономика организации отрасли : учеб. наглядное пособие / А. З. Коробкин. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2013. – 232 с.

Коробкин, А. З. Экономика организации отрасли : учеб. пособие / А. З. Коробкин. – Минск : Изд-во Гревцова, 2013. – 288 с.

Лебедева, С. Н. Современная практика использования показателя денежных доходов населения в экономической работе кооперативных организаций : текст лекции / С. Н. Лебедева, В. В. Кугаева. – Гомель : ГКИ, 1999. – 24 с.

Лебедева, С. Н. Экономика и организация труда : учеб. / С. Н. Лебедева, Л. В. Мисникова. – Минск : Мисанта, 2002. – 166 с.

Мисникова, Л. В. Управление трудом и его мотивация в торговле : моногр. / Л. В. Мисникова. – Минск : Бел. наука, 2001. – 85 с.

Мисникова, Л. В. Статистика кадрового потенциала : текст лекции / Л. В. Мисникова, С. А. Дещеня. – Гомель : ГКИ, 2001. – 20 с.

Организация коммерческой деятельности : справ. пособие / С. Н. Виноградова [и др.]. – Минск : Выш. шк., 2000. – 463 с.

Организация труда : учеб. / Т. В. Емельянова [и др.] ; под общ. ред. Л. В. Мисниковой. – Минск : Выш. шк., 2004. – 302 с.

Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учеб. пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – М. : КноРус, 2008. – 120 с.

Петров, П. В. Экономика товарного обращения : учеб. / П. В. Петров, А. Н. Соломатин. – М. : Инфра-М, 2001. – 220 с.

Повышение эффективности использования ресурсов в торговле : моногр. / Е. Е. Шишкова [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2010. – 424 с.

Раицкий, К. А. Экономика и управление в организациях торговли : учеб. пособие / К. А. Раицкий. – М. : Аспект-Пресс, 2009. – 191 с.

Савицкая, Г. В. Анализ финансового состояния предприятия / Г. В. Савицкая. – Минск : Изд-во Гревцова, 2008. – 198 с.

Савицкая, Г. В. Анализ эффективности деятельности предприятия: методологические аспекты / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., испр. – М.

: Новое знание, 2004. – 160 с.

Савицкая, Г. В. Теория анализа хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – М. : Инфра-М, 2008. – 288 с.

Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учеб. / Г. В. Савицкая. – М. : Новое знание, 2007. – 679 с.

Скриба, Н. Н. Бизнес-планирование в торговле: методические подходы и практические рекомендации : учеб. пособие / Н. Н. Скриба, И. М. Микулич, Р. П. Валевиц. – Минск : БГЭУ, 2000. – 215 с.

Сыроед, Т. Н. Экономика предприятия отрасли : практикум (комплекс контрольных тестов и методические указания по их выполнению на ПЭВМ) / Т. Н. Сыроед, А. З. Коробкин, Е. М. Сигагатова. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп, 2002. – 76 с.

Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учеб. / А. М. Фридман. – М. : Дашков и К^о, 2008. – 628 с.

Хамидулина, Г. Р. Издержки обращения: учет, анализ, контроль / Г. Р. Хамидулина. – М. : Экзамен, 2004. – 320 с.

Хрипач, В. Я. Экономика предприятия : учеб. / В. Я. Хрипач, Г. З. Суша, Г. К. Оноприенко ; под ред. В. Я. Хрипача. – Минск : Экономпресс, 2001. – 404 с.

Чернов, В. А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес / В. А. Чернов ; под ред. М. И. Баканова. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2009. – 639 с.

Экономика и организация деятельности торгового предприятия : учеб. пособие / под общ. ред. А. Н. Соломатина. – М. : Инфра-М, 2004. – 295 с.

Экономика кооперативной промышленности : практикум / авт.-сост. : Л. М. Соколова, Н. Г. Афанасенкова. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп, 2006. – 96 с.

Экономика организации : учеб. пособие для вузов / О. В. Володько, Р. Н., Грабар, Т. В. Зглюй ; под ред. О. В. Володько. – Минск : Выш. шк., 2012. – 399 с.

Экономика организации и планирования промышленного производства : учеб. пособие / под общ. ред. Т. В. Карпей, Л. С. Лазученковой. – Минск : ДизайнПРО, 2001. – 196 с.

Экономика организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р. П. Валеви́ч, Г. А. Давыдовой. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.

Экономика отрасли: торговля и общественное питание : учеб. / Е. А. Карпенко [и др.]. – М. : Альфа-М, 2009. – 244 с.

Экономика предприятий торговли : учеб. пособие / Н. В. Максименко [и др.] ; под общ ред. Н. В. Максименко, Е. Е. Шишковой. – Минск : Выш. шк., 2008. – 542 с.

Экономика предприятия : учеб. / под ред. О. И. Волкова. – М. : Инфра-М, 2007. – 601 с.

Экономика предприятия : учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.] ; под общ. ред. Л. Н. Нехорошевой. – Минск : Выш. шк., 2005. – 384 с.

Экономика предприятия : учеб. пособие / под ред. Э. В. Крум. – Минск : Изд-во Гревцова, 2009. – 360 с.

Экономика предприятия отрасли (торговля) : практикум / авт.-сост. : А. З. Коробкин, Т. М. Тишковская. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потреб. кооп., 2004. – 82 с.

Экономика предприятия отрасли : пособие / авт.-сост. : А. З. Коробкин [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2005. – 180 с.

Экономика предприятия. Практикум : учеб. пособие / авт.-сост. : И. М. Бабук, С. Н. Матвеева, Н. В. Комина ; под ред. И. М. Бабука. – Минск : ИВЦ Минфина, 2006. – 158 с.

Экономика торговли : учеб. пособие / Р. П. Валеви́ч ; под общ. ред. П. Р. Шелега. – Минск : Выш. школа, 2012. – 559 с.

Экономический анализ в торговле : учеб. пособие / под ред. М. И. Баканова. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 400 с.

Экономический анализ в торговых организациях : учеб. пособие / О. В. Медведева [и др.]. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. – 376 с.

Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учеб.-практ. пособие / под ред. Л. Л. Ермолович. – Минск : БГЭУ, 2000. – 580 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Тема 1. ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ЕЕ ВНЕШНЯЯ СРЕДА.....	6
1.1. Торговля как вид предпринимательской деятельности, ее сущность и роль в экономике.....	6
1.2. Понятие организации, ее основные черты. Классификация организаций торговли.....	10
1.3. Внешняя среда организации, ее виды и элементы	14
1.4. Потребители и их денежные доходы как основа формирования потребительского спроса	16
1.5. Товарные ресурсы – элемент внешней среды и основа товарного предложения.....	20
Тема 2. ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ.....	22
2.1. Понятие внутренней среды организации и ее структура	22
2.2. Экономический механизм функционирования организации, его виды и элементы.....	23
2.2.1. Понятие и виды экономического механизма	23
2.2.2. Экономические интересы и стимулы в организации	25
2.2.3. Коммерческий расчет, его принципы	25
2.2.4. Стратегия, планирование и прогнозирование деятельности организации.....	27
2.2.5. Структура управления организацией.....	28
2.3. Основные показатели, характеризующие внутреннюю среду организации.....	28
Тема 3. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И ОПЛАТА ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТОРГОВЛИ	29
3.1. Сущность и особенности труда работников торговли. Трудовые ресурсы, их классификация.....	29
3.2. Производительность и эффективность труда в торговле. Методы измерения производительности труда, факторы, ее определяющие	35
3.3. Оплата труда работников организации.....	39
3.3.1. Понятие заработной платы, ее принципы	39

3.3.2. Государственное регулирование оплаты труда. Тарифная система оплаты труда	40
3.3.3. Формы и системы оплаты труда. Организация оплаты труда работников торговли	44
3.4. Методика анализа показателей по труду и заработной плате	50
3.4.1. Оценка численности и состава кадров торговой организации ...	50
3.4.2. Методика анализа фонда заработной платы	52
3.4.3. Анализ производительности и эффективности труда работников.....	55
3.5. Планирование показателей по труду и заработной плате.....	58
3.5.1. Планирование численности работников.....	58
3.5.2. Планирование фонда заработной платы.....	60
Тема 4. ИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	62
4.1. Понятие и структура имущества организации, его роль в повышении ее конкурентного статуса	62
4.2. Материально-техническая база организации торговли, ее значение и структура	64
4.3. Основные средства организации: сущность, классификация, формы учета	65
4.4. Амортизация основных средств, характеристика методов амортизации	68
4.5. Методические подходы к анализу состояния и эффективности использования материально-технической базы организации торговли.....	70
4.6. Современные направления перспективного развития материально-технической базы торговли. Определение потребности в расширении торговых площадей	75
Тема 5. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТОВАРООБОРОТА. АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА	78
5.1. Понятие товарооборота, его виды. Розничный товарооборот, состав, классификация.....	78
5.2. Значение оптовой торговли. Понятие оптового товарооборота, его состав и классификация	81

5.3. Задачи и последовательность анализа показателей розничного товарооборота.....	85
5.4. Анализ общего объема розничного товарооборота.....	88
5.5. Факторы, влияющие на объем розничного товарооборота.....	90
5.6. Анализ структуры розничного товарооборота.....	92
5.7. Комплексный анализ показателей розничного товарооборота ...	93
Тема 6. ПЛАНИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА	94
6.1. Цель, задачи и этапы планирования розничного товарооборота	94
6.2. Методы планирования розничного товарооборота по общему объему	96
6.3. Планирование структуры розничного товарооборота	100
6.4. Распределение планового товарооборота между структурными подразделениями и внутри года	102
Тема 7. ТОВАРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА	104
7.1. Понятие и классификация товарных запасов.....	104
7.2. Анализ товарных запасов.....	107
7.3. Анализ поступления товаров.....	109
7.4. Планирование величины товарных запасов в розничной торговле	110
7.5. Планирование поступления товаров.....	115
Тема 8. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА И ЕГО ТОВАРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ	116
8.1. Цель, информационная база и этапы анализа оптового товарооборота	116
8.2. Оценка факторов, воздействующих на оптовый товарооборот	119
8.3. Анализ товарных запасов и поступления товаров в оптовой торговле.....	121
8.4. Планирование товарооборота оптовых организаций	123
8.5. Планирование товарных запасов и поступления товаров в оптовой торговле.....	126

Тема 9. ДОХОДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ.....	128
9.1. Сущность и состав доходов организации.....	128
9.2. Понятие валового дохода от реализации в торговле и его виды ...	132
9.3. Характеристика источников образования доходов от реализации	136
9.4. Методика анализа доходов организации	140
9.4.1. Цель, информационная база и направления анализа доходов	140
9.4.2. Оценка структуры, выполнения плана и динамики доходов	141
9.4.3. Оценка источников образования и структуры распределения доходов от реализации	142
9.4.4. Методика расчета влияния факторов на сумму и уровень валовых доходов от реализации	142
9.4.5. Оценка доходности торговой деятельности.....	146
9.4.6. Оценка доходов в других отраслях и видах деятельности. Резервы и направления роста доходов.....	154
9.5. Планирование валовых доходов от реализации.....	155
9.5.1. Цель и информационная база планирования доходов.....	155
9.5.2. Сущность основных методов планирования валовых доходов от реализации	156
Тема 10. РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ.....	160
10.1. Понятие затрат и расходов организации. Состав расходов организации	160
10.2. Понятие расходов на реализацию, их классификация	166
10.3. Анализ общей суммы и уровня расходов.....	171
10.4. Особенности анализа отдельных статей расходов	174
10.5. Планирование общей суммы и отдельных статей расходов....	179
Тема 11. ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ	190
11.1. Понятие прибыли и источники ее формирования	190
11.2. Классификация прибыли и методика расчета ее видов	192
11.3. Рентабельность как категория оценки прибыли. Система показателей рентабельности	201
11.4. Сущность методических подходов к анализу прибыли.....	212

11.4.1. Цель, информационное обеспечение и этапы анализа прибыли	212
11.4.2. Оценка структуры, выполнения плана и динамики прибыли ...	213
11.5. Методика расчета влияния факторов на изменение прибыли	215
11.6. Оценка рентабельности, распределения и использования прибыли	219
11.7. Резервы и направления роста прибыли и рентабельности.....	221
11.8. Методические подходы к планированию прибыли	224
11.8.1. Цель и информационная база планирования прибыли	224
11.8.2. Сущность альтернативных подходов к расчету плана прибыли	224
Тема 12. ИНВЕСТИЦИОННАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ	228
12.1. Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности	228
12.2. Понятие инноваций и инновационной деятельности. Виды инноваций	229
12.3. Оценка инвестиционной и инновационной деятельности организации	232
Тема 13. ЭФФЕКТИВНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ	238
13.1. Сущность, виды и критерии эффективности торговли	238
13.2. Система показателей эффективности функционирования организаций торговли	241
13.3. Обобщающие показатели экономической эффективности.....	244
13.4. Показатели оценки результатов торговой деятельности	249
13.5. Показатели оценки эффективности использования экономических ресурсов	258
13.6. Показатели оценки эффективности текущих расходов.....	265
13.7. Показатели социальной эффективности торговли	267
13.8. Понятие конкурентоспособности организаций торговли	271
13.9. Методические подходы к оценке конкурентоспособности торговых организаций	272
Список литературы	277

Учебное издание

Сыроед Тамара Николаевна
Коробкин Анатолий Зиновьевич
Сныткова Наталья Александровна
Шишкова Елена Егоровна

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛИ

**Курс лекций
для реализации содержания образовательных программ
высшего образования I ступени и переподготовки
руководящих работников и специалистов**

2-е издание, исправленное

Редакторы: О. В. Ивановская, Е. Г. Привалова
Технический редактор И. А. Козлова
Компьютерная верстка: И. А. Козлова, Л. Г. Макарова

Подписано в печать 04.02.14. Формат 60 × 84 ¹/₁₆.
Бумага типографская № 1. Гарнитура Таймс. Ризография.
Усл. печ. л. 16,97. Уч.-изд. л. 18,00. Тираж 250 экз.
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/138 от 08.01.2014.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛИ

**Курс лекций
для реализации содержания образовательных программ
высшего образования I ступени и переподготовки
руководящих работников и специалистов**

Под общей редакцией А. З. Коробкина

2-е издание, исправленное

Гомель 2014